

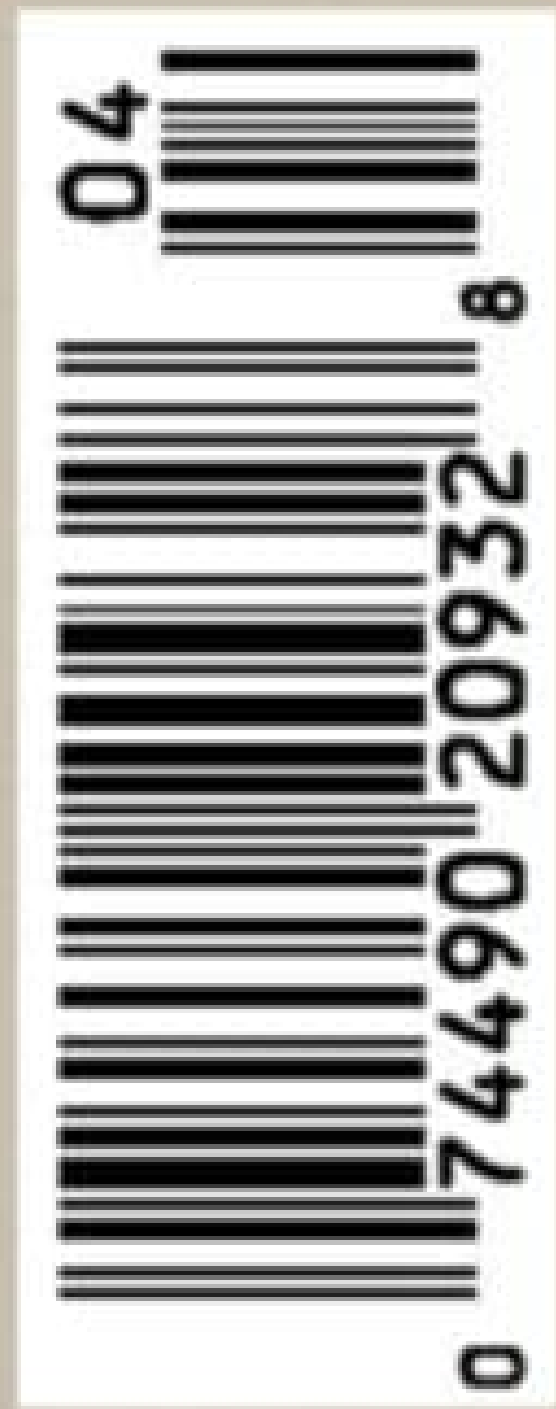
VOGUE

LATAM

CAMILA
MORRONE



ARGENTINA PA \$9,000.00
Recargo Interior PA \$700.00
CHILE PC \$7,990
COLOMBIA COL \$18,000
COSTA RICA C 2,520
GUATEMALA 32.00
PANAMÁ B 4.50
PERÚ S/ 30.00
PUERTO RICO US \$5.95
REPÚBLICA
DOMINICANA \$275.0
USA US \$6.00



MODA CONSCIENTE



ABRIL



EN PORTADA:
Camila Morrone luciendo suéter y pantalón, ambos de LOEWE. En este reportaje: peinado, Shin Arima; maquillaje, Yuki Hayashi; asistentes de foto, Tristen Ramírez, Spencer Ostrander y Alexander Sterling Ryerson; asistente de moda, Oscar Barragán; digitalización, Isaac Schell; producción, Mary Goughnour/MMXX Artists; director de entretenimiento, Sergio Kletnoy; talento, Camila Morrone.
Fotógrafa: Paola Kudacki.
Realización: Jessica Gerardi.

04
DIRECTORIO

08
CARTA DE LA DIRECTORA

10
UPCYCLING
Dale nueva vida a tu armario con piezas *vintage*. Dos editoras nos comparten cómo encuentras los clásicos del futuro.

18
UNA MÁS A LA LISTA
Manuela Álvarez es la segunda colombiana en ser reconocida como semifinalista del LVMH Prize.

24
AL ESTILO DE BODE
Un nuevo hogar para Emily Bode es la muestra de cómo se entretienen su historia personal con una marca global.

34
VIVIENDO ENTRE ESPÍRITUS
La casa de los espíritus, de Isabel Allende, llega a la pantalla chica para recordarnos el poder de las letras latinoamericanas.

40

COREOGRAFÍA ESPACIAL

Calder Gardens convierte la arquitectura en instrumento para experimentar equilibrio, ligereza y tiempo.

42

EL ARTE DE LO USUAL

En 1917, Marcel Duchamp cambió el rumbo de la historia del arte a través su inolvidable obra, *La Fuente*.

44

DIFERENTE HISTORIA, MISMA ESENCIA

La melena se convierte en un reflejo de nuestra identidad e historia.

50

EN ARMONÍA

Los productos de belleza favoritos de abril, le rinden homenaje a la naturaleza.

52

ALMA VIVA

La trayectoria de Cristina Mittermeier redefine la fotografía como herramienta para replantear la relación con el planeta.

62

NUPCIAS CARIBEÑAS

En República Dominicana, Linnette y Kurt celebran una boda donde el ritmo caribeño traza nuevos caminos.

68

AL MANDO

Observar a Camila Morrone y a su carrera, es contemplar una evolución que sigue en constante movimiento y crecimiento, y promete no detenerse.

80

MODA INTELLECTUAL

¿A quién no le gusta un buen libro? Un elenco de modelos, editores, actores, escritores, bailarines y poetas recorre Manhattan leyendo.

90

ROSTROS EN LA MIRA

Los jóvenes actores y músicos del momento están dando grandes pasos en sus carreras, con un estilo vanguardista.

98

RETRATOS DE LA MEMORIA

Distintos maestros del artemos abren las puertas de su imaginación y su estudio, para manifestar poderosas reflexiones.

106

LAZO ETERNO

Entre mármoles eternos en Roma, Joan Smalls explora la nueva colección de alta joyería de Bvlgari.



GUIÑO DEPORTIVO

La modelo Marylore Heck luciendo chaqueta y camisa, ambas de M&S; t-shirt de POLO RALPH LAUREN; pantalón de STELLA MCCARTNEY; zapatos vintage de Saint Laurent, en EBAY; pendientes y anillos, todo de PANDORA; collar de TIFFANY & CO.

VOGUE

HEAD OF EDITORIAL CONTENT

KARLA MARTINEZ DE SALAS

EXECUTIVE DIGITAL EDITOR ATENEA MORALES

FASHION

FASHION DIRECTOR VALENTINA COLLADO
ASSOCIATE FASHION EDITOR MARÍA JOSÉ GONZÁLVEZ
FASHION WRITER LUZ GARCÍA

BEAUTY AND LIFESTYLE

BEAUTY & LIFESTYLE EDITOR KARINA GONZÁLEZ
BEAUTY & LIFESTYLE WRITER MARÍA VILLARREAL
FILM & CULTURE WRITER FERNANDA PÉREZ
WRITER MARÍA DIEZ

CREATIVE

HEAD OF DESIGN KARLA ACOSTA
DESIGNER VALERIA AYUSO

CONTENT OPERATIONS

CREATIVE DIRECTOR PRISCILA CASAÑAS
ART PRODUCTION ASSOCIATE CAROL RODRÍGUEZ
SOCIAL MEDIA MANAGER JOAN ESCUTIA
ASSOCIATE DIRECTOR, CONTENT SHARING & ADAPTATION AMIRA SAIM
ADAPTATION EDITORS RAMÓN BARRETO, CAMILA COLINA
PRODUCTION & DISTRIBUTION MANAGER IVÁN CHAPARRO

COMMERCIAL

CATEGORY LEAD OF LUXURY, BEAUTY AND FASHION ÉRIKA FONSECA
CATEGORY LEAD OF TECH, AUTO, HEALTH, VICE AND TRAVEL FRANCISCO VARGAS

CONTRIBUTORS

EUROPA: EUGENIA GONZÁLEZ Y PATRICIA REYNOSO

ANDREW JACOBS, ANTONIO QUIROZ, AZUL MENDOZA, CARLOS NAZARIO, CHRIS BROOKS, DAVIT GIORGADZE, DAVO STHEBANE, DIEGO BENDEZU, FRANCISCO VILLA, HONEY SWEET ELIAS, JESSICA GERARDI, JOSE FORTEZA, JORDEN BICKHAM, LAURA MCCLUSKEY, LOIS ADEOSHUN, MANUEL ZÚÑIGA, MARLENE ZEPEDA, OSCAR BARRAGÁN, PAOLA KUDACKI, PAULINA RINCÓN, ROBERT SULLIVAN, RODRIGO ORTEGA ACOLTZI, SEBASTIÁN FAENA, STELLA GREENSPAN, TYLER MITCHELL

EVENTS / EXPERIENCES

MARKETING REVENUE VICE PRESIDENT JUAN PABLO GALLÓN
DELIVERY & ACCOUNT MANAGEMENT DIRECTOR AMAYA MARTÍNEZ
AUDIOVISUAL PRODUCTION DIRECTOR KAREN GONZÁLEZ
EVENTS DIRECTOR MARIO LARA
CREATIVE DIRECTOR ROSARIO ÁVILA
DESIGN DIRECTOR LENNY MAYA

MANAGING DIRECTOR JAVIER ESTEBAN

FINANCE DIRECTOR LUIS BALBUENA
PEOPLE DIRECTOR, PEOPLE SERVICES ALAN GAMBOA
COMMUNICATIONS DIRECTOR ENRIQUE SÁNCHEZ ARMAS
SENIOR COUNSEL KARLA LEÓN

VOGUE GLOBAL

ANNA WINTOUR GLOBAL EDITORIAL DIRECTOR
GLOBAL CREATIVE DIRECTOR RAUL MARTINEZ
APAC EDITORIAL DIRECTOR (TAIWAN, INDIA, JAPAN) LESLIE SUN

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, AMERICA CHLOE MALLE
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, BRITAIN CHIOMA NNADI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, FRANCE CLAIRE THOMSON-JONVILLE
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, GERMANY KERSTIN WENG
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, INDIA ROCHELLE PINTO
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, ITALY FRANCESCA RAGAZZI
ACTING EXECUTIVE EDITOR, JAPAN SONIA KANAZAWA
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MIDDLE EAST MANUEL ARNAUT
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, SPAIN INÉS LORENZO
EDITOR IN CHIEF, CHINA ROCCO LIU

VICE PRESIDENT, GLOBAL OPERATIONS AND CONTENT STRATEGY LOUISA PARKER BOWLES

VICE PRESIDENT, GLOBAL CONTENT BUSINESS OPERATIONS CHRIS DIPRESSO MORRA

GLOBAL CONTENT STRATEGY ADVISOR ANNA-LISA YABSLEY

GLOBAL HEAD OF FASHION NETWORK VIRGINIA SMITH

GLOBAL EDITOR AT LARGE HAMISH BOWLES

GLOBAL DIRECTOR, VOGUE RUNWAY NICOLE PHELPS

GLOBAL NETWORK LEAD & US DEPUTY EDITOR TAYLOR ANTRIM

GLOBAL NETWORK LEAD & EXECUTIVE EDITOR, BRITISH VOGUE GILES HATTERSLEY

GLOBAL NETWORK LEAD & US FASHION FEATURES DIRECTOR MARK HOLGATE

GLOBAL BEAUTY & WELLNESS DIRECTOR JESSICA DINER

GLOBAL FASHION NETWORK, DEPUTY DIRECTOR LAURA INGHAM

VICE PRESIDENT, HEAD OF VIDEO THESPENA GUATIERI

GLOBAL DIRECTOR, SOCIAL MEDIA SAM SUSSMAN

GLOBAL TALENT CASTING DIRECTORS IGNACIO MURILLO, MORGAN SENESI

GLOBAL ENTERTAINMENT DIRECTOR SERGIO KLETNOY

GLOBAL DESIGN DIRECTOR PARKER HUBBARD

DIRECTOR OF CONTENT PLANNING MILLY TRITTON

ASSOCIATE APAC (TAIWAN, INDIA, JAPAN) CONTENT OPERATIONS DIRECTOR VAV LIN

AÑO 26. NÚMERO 311. ABRIL 2026

© VOGUE MÉXICO MARCA REGISTRADA. PRIMERA PUBLICACIÓN: OCTUBRE DE 1999, REVISTA DE PUBLICACIÓN MENSUAL, EDITADA Y PUBLICADA POR CONDÉ NAST DE MÉXICO S.A. DE C.V. PASEO DE LAS PALMAS 781, PISO 8, COL. LOMAS DE CHAPULTEPEC DEL. MIGUEL HIDALGO DISTRITO FEDERAL MÉXICO 11000, TELÉFONO 50623710, POR CONTRATO Y BAJO LICENCIA DE ADVANCE MAGAZINE PUBLISHERS INC. EDITOR RESPONSABLE KARLA MARTINEZ DE SALAS (KARLA.MARTINEZ@CONDENAST.COM.MX). CON NÚMERO DE RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO EMITIDO POR EL INDAUTOR 04-2001-011217454300-102, NÚMERO DE CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO 11572, NÚMERO DE CERTIFICADO DE LICITUD DE CONTENIDO 8132, NÚMERO ISSN 2448-6353. LA EDITORIAL CONDÉ NAST NO SE HACE RESPONSABLE DE LOS CONTENIDOS DE LA PUBLICIDAD REVELADA POR SUS ANUNCIANTES, DADO EL CASO INVESTIGARÁ LA SERIEDAD DE LOS MISMOS. LAS OPINIONES EXPRESADAS POR LOS AUTORES NO REPRESENTAN NECESARIAMENTE LA POSTURA DEL EDITOR Y LA EDITORIAL. PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL. IMPRESO POR CONSORCIO GRÁFICO AJUSCO S.A. DE C.V. (MÉXICO), JOSÉ MARÍA Y SÁNCHEZ 223, COLONIA TRANSITO, C.P. 03820, CIUDAD DE MÉXICO.

© VOGUE MÉXICO YEAR 26, NUMBER 311 APRIL 2026, FIRST PUBLICATION: OCTOBER 1999, IT IS A MONTHLY PUBLICATION, EDITED AND PUBLISHED BY CONDÉ NAST DE MÉXICO S.A. DE C.V. PASEO DE LAS PALMAS 781, PISO 8, COL. LOMAS DE CHAPULTEPEC III, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO DISTRITO FEDERAL MÉXICO 11000, (52) (55) 50623710, BY AGREEMENT AND UNDER LICENSE OF ADVANCE MAGAZINE PUBLISHERS INC. EDITOR-IN-CHIEF KARLA MARTINEZ DE SALAS (KARLA.MARTINEZ@CONDENAST.COM.MX). RESERVATION OF RIGHTS NUMBER FOR THE EXCLUSIVE USE, GRANTED BY INDAUTOR (MÉXICO) 04-2001-011217454300-102, NUMBER OF CERTIFICATE OF LAWFULNESS OF TITLE 11572, CONTENT LEGALITY CERTIFICATE NUMBER 8132, ISSN NUMBER 2448-6353. CONDÉ NAST IS NOT RESPONSIBLE OF THE PUBLICITY CONTENTS REVEALED BY ITS ADVERTISERS, SINCE THE CASE, CONDÉ NAST, WILL INVESTIGATE THE SERIOUSNESS OF THE ADVERTISERS, THE VIEWS EXPRESSED BY THE AUTHORS AND THE ADVERTISERS DO NOT NECESSARILY REPRESENT THE POSITION OF EDITOR AND PUBLISHER. PARTIAL OR TOTAL REPRODUCTION IS FORBIDDEN. PRINTED BY CONSORCIO GRÁFICO AJUSCO S.A. DE C.V. (MÉXICO), JOSÉ MARÍA Y SÁNCHEZ 223, COLONIA TRANSITO, C.P. 03820, MEXICO CITY.



TODO LO QUE
NECESITAS ESTÁ EN

VOGUE.mx

MODA

ESTILO DE VIDA
RED CARPET
COMPRAS
CARPELAS



CONOCER MÁS



VOGUE

MÉXICO

CONDÉ NAST DE MÉXICO S.A. DE C.V.

Publisher Vogue
ÉRIKA FONSECA
Av. Paseo de las Palmas No. 781, piso 8, Lomas de Chapultepec III
Secc, CP 11000, Ciudad de México.
Tel. (52-55) 50-62-37-10
Mail: erika.fonseca@condenast.com.mx
advertising@condenast.com.mx

MIAMI

CONDÉ NAST DE MÉXICO Y LATINOAMÉRICA

Client Partner Sr.
LUCÍA SOTRES
800 South Douglas Road, Suite 835, Coral Gables,
Florida 33134. USA.
Tel. (305) 371 9393
Mail: lucia.sotres@condenastamericas.com

ARGENTINA

Key Account Director
FRANCISCO VARGAS
Tel. (305) 371 9393
Mail: francisco.vargas@condenast.com.mx
Distribución de revistas
Brihet e Hijos S.A. Agustín Magaldi 1448, Buenos Aires, Argentina.
Tel. (541) 143 013 601
Interior del país: DGP
Alvarado 2118,
Buenos Aires, Argentina.
Tel. (541) 143 019 970

CHILE

Key Account Director
FRANCISCO VARGAS
Mail: francisco.vargas@condenast.com.mx
Distribución de revistas
Distribuidora Editorial Infinito SpA
Alonso de Córdova 5870 OF 413 PS 4 Comuna las Condes
Tel. (56) 232 424 673

COLOMBIA

Client Partner Mexico & Latin America
CAMILA GUTIÉRREZ
Mail: ines.lince@condenastamericas.com
Distribución de revistas
Comunican S.A.
Calle 103, 69B-43
Bogotá, Colombia.
Tel. (571) 423 2300

PANAMÁ / CENTROAMÉRICA

Representante Comercial
PILAR SÁINZ
comercial.panama@condenastamericas.com
Tel. (507) 65376310
Distribución de revistas en Panamá Distribuidora Lewis S.A. de C.V.
Calle 2, Parque Industrial, Costa del Este, Panamá.
Tel. (507) 200 1888

PERÚ

Director Comercial
FRANCISCO VARGAS
Mail: francisco.vargas@condenast.com.mx
Distribución de revistas
Tu Colección Perú E.I.R.L.Calle Villalba #114, Arequipa Perú.
Tel. (51) 997 625 610

PUERTO RICO

Distribución de revistas
Distribuidora de Publicaciones Aponte Inc. Carretera 797 km 1.0,
Barrio Jagueyes Abajo Bldg. 1, Aguas Buenas, PR.
Tel. (787) 602 3413

GUATEMALA

Distribución de revistas
Círculo de Inversiones S.A. 15 Ave. final colonia Oakland, Zona 10,
Ciudad de Guatemala.
Tel. (502) 5632 0985

REPÚBLICA DOMINICANA

Distribución de revistas
MC Marketing de Publicaciones Srl. Calle Venus esq. Luna 20, Ubr.
Sol de Luz, Villa Mella, Santo Domingo Norte,
Rep. Dominicana. Tel. (809) 332 9214

COSTA RICA

Distribución de revistas Ciamesa S.A.
Coyol Alajuela, Parque Empresarial NovaPark,
San José, Costa Rica.
Tel. (506) 2436 7000

SUSCRIPCIONES

MÉXICO

CONDÉ NAST DE MÉXICO, S.A DE C.V
suscripciones@condenast.com.mx

PUBLISHED BY CONDÉ NAST

CHIEF EXECUTIVE OFFICER ROGER LYNCH

CHAIRMAN OF THE BOARD JONATHAN NEWHOUSE

CHIEF REVENUE OFFICER ELIZABETH HERBST-BRADY

CHIEF CONTENT OFFICER ANNA WINTOUR

CHIEF FINANCIAL OFFICER NICK HOTCHKIN

CHIEF PEOPLE OFFICER STAN DUNCAN

CHIEF CORPORATE AFFAIRS AND COMMUNICATIONS OFFICER DANIELLE CARRIG

CHIEF PRODUCT AND TECHNOLOGY OFFICER VASANTH WILLIAMS

CHIEF CONTENT OPERATIONS OFFICER CHRISTIANE MACK

WORLDWIDE EDITIONS

FRANCE: AD, GQ, VANITY FAIR, VOGUE

GERMANY: AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, VOGUE

INDIA: AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE

ITALY: AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, LA CUCINA ITALIANA, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED

JAPAN: GQ, VOGUE, WIRED

MEXICO AND LATIN AMERICA: AD, GLAMOUR, GQ, VOGUE, WIRED

MIDDLE EAST: AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE, WIRED

SPAIN: AD, CONDÉ NAST TRAVELER, GLAMOUR, GQ, VANITY FAIR, VOGUE

TAIWAN: GQ, VOGUE

UNITED KINGDOM: CONDÉ NAST JOHANSENS, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, HOUSE &

GARDEN, TATLER, THE WORLD OF INTERIORS, VANITY FAIR, VOGUE, VOGUE BUSINESS, WIRED

UNITED STATES: AD, ALLURE, ARS TECHNICA, BON APPÉTIT, CONDÉ NAST TRAVELER, EPICURIOUS,
GLAMOUR, GQ, PITCHFORK, SELF, TEEN VOGUE, THEM, THE NEW YORKER, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED

PUBLISHED UNDER JOINT VENTURE

BRAZIL: GLAMOUR, GQ, VOGUE

PUBLISHED UNDER LICENSE OR COPYRIGHT COOPERATION

ADRIA: VOGUE

AUSTRALIA: GQ, VOGUE

BULGARIA: GLAMOUR

CHINA: AD, CONDÉ NAST TRAVELER, GQ, VOGUE

CZECH REPUBLIC AND SLOVAKIA: VOGUE, WIRED

GREECE: VOGUE

HONG KONG: GQ,VOGUE

HUNGARY: GLAMOUR

KOREA: ALLURE, GQ, VOGUE

MIDDLE EAST: WIRED

PHILIPPINES: ALLURE, VOGUE

POLAND: AD, GLAMOUR, GQ, VOGUE

PORTUGAL: GQ, VOGUE

SCANDINAVIA: VOGUE

SINGAPORE: VOGUE

SOUTH AFRICA: GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN

THAILAND: GQ, VOGUE

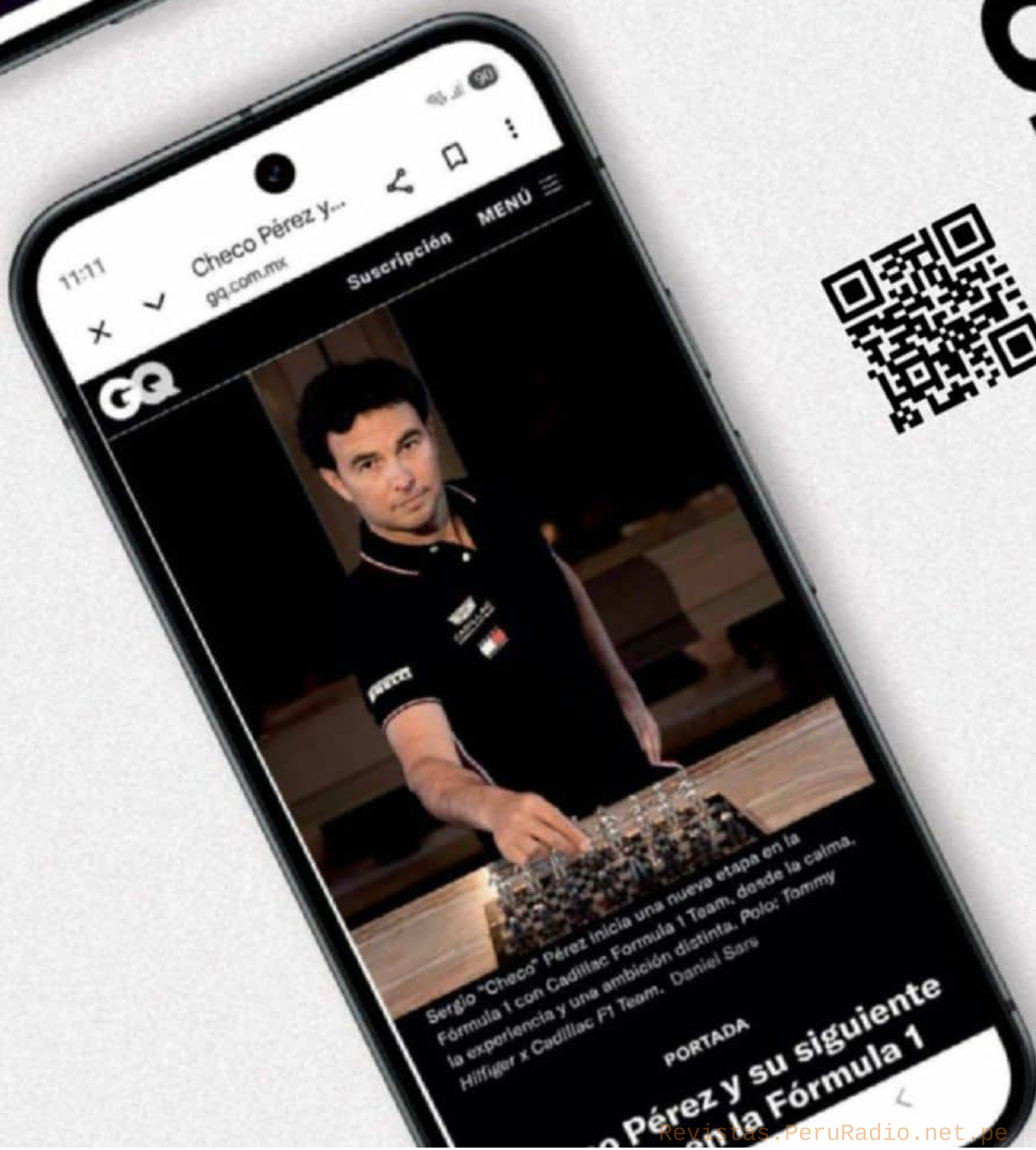
THE NETHERLANDS: VOGUE

TURKEY: GQ, VOGUE

UKRAINE: VOGUE



LAS HISTORIAS QUE IMPORTAN EMPIEZAN EN UN SOLO LUGAR ...



GQ.COM-MX



Repensar de la moda

RECIÉN ESTOY REGRESANDO de la semana de la moda de París, mientras escribo esta carta y enviamos nuestro número de abril a imprimir. Para muchos de los diseñadores cuyas colecciones esperábamos con ilusión desde septiembre pasado, esta fue la segunda temporada. La mayoría de sus piezas llegaban a las tiendas justo en la época de los desfiles: Jonathan Anderson en Dior, Julian Klausner en Dries Van Noten, Duran Lantink en Jean Paul Gaultier y, por supuesto, el tan esperado Matthieu Blazy para Chanel.

Hubo un frenesí en la tienda de Dior el día antes del desfile y en la de Chanel

el fin de semana anterior. Parecía casi una *sample sale*: una sensación palpable de desesperación por conseguir cualquier cosa, los mismos zapatos que bolsos, o una prenda de *prêt-à-porter*. Siempre disfruto observando a los clientes, quienes, admitámoslo, representan un pequeño porcentaje de la población que realmente puede permitirse una chaqueta *Bar* de 5,000 dólares o una falda de 12,000 euros de la colección debut de Blazy. La pieza que más vi en el desfile de Dior fue una chaqueta corta de tweed verde con falda plisada a juego. Conté al menos cinco mujeres con este mismo atuendo, y cada una le dio su toque único. En Cha-



PAOLA KUDACKI.

nel, vi a Irina Barroca y a sus hijas con un conjunto completo de la colección primavera-verano 2026: Irina con un vestido midi de muaré rojo, y una de sus hijas con un estilismo de ensueño, en varias capas de rojo con cintura baja, combinado con una nota minimalista de punto, en crema. Es fascinante ver cómo las propuestas de los diseñadores se traducen entre clientes de diferentes regiones y cómo cada uno la hace suya. Claramente, existe un deseo genuino por estas piezas, más allá de las *influencers* que las reciben gratis. Las marcas tienen equipos de marketing dedicados a incentivar el deseo en el público, y los desfiles han crecido tanto en los últimos años, que se ha vuelto difícil distinguir entre las *influencers* que crean contenido con piezas prestadas y las clientas reales que aman la marca.

Mientras le dábamos forma a este número, volvimos una y otra vez a la conversación sobre la sostenibilidad en la moda, una de las industrias que más residuos genera en el mundo. Siempre digo que el *fast fashion* es relativo. Hay personas que no pueden permitirse comprar una chaqueta de 150 dólares, mientras otros se gastan 150 dólares en un labial sin pensárselo. Lo que me pregunto antes de comprar cualquier cosa, ya sea de Mango o Chanel, es: “¿me seguirá gustando esto dentro de un año?; ¿de verdad querré usarlo?”. Si la respuesta es no, no lo compro. Estamos tan saturados de contenido y del miedo a perdernos algo, que a menudo compramos simplemente para llenar un vacío. Nos pasa a todos, sobre todo durante las colecciones, donde es difícil resistirse a los mejores precios en artículos de lujo y al atractivo de las compras libres de impuestos. Pero, en esos momentos, intento detenerme y pensar en mi vida real, en casa, en que, en este momento, hace mucho calor en México. Entonces, no, no necesito otra chaqueta. ¿Y esos zapatos que usé para el desfile realmente funcionan en la vida diaria, el trabajo, las clases de gimnasia, los entrenamientos de natación? Probablemente no. Sin embargo, esto no se trata de quitarle el encanto a la moda. Parte de lo que hizo tan cautivador al Chanel de Matthieu Blazy fue su alegre sentido del juego: piezas que no están pensadas para lucirse de pies a cabeza, sino que se integran en tu propio armario y en tu vida.

En esta edición, celebramos tanto lo nuevo como lo antiguo. Cuando digo antiguo, me refiero a piezas *vintage* ver-

daderamente especiales y las razones por las que nos atraen. Valentina Collado escribe un hermoso ensayo sobre el extraordinario armario de su abuela y cómo despertó su amor por la ropa *vintage*, porque cada pieza cuenta una historia. Pienso en eso a menudo con mi propio armario: las cosas que me recuerdan dónde estaba, qué perfume llevaba, en qué apartamento de Nueva York abrí un bolso por primera vez. Incluso un par de calcetines de algodón de Carmina que compré en París y me puse esta mañana guardan un pequeño momento. También creamos una guía de algunos de los mejores mercados *vintage* de Latinoamérica y los tesoros que esperan ser encontrados ahí, como si quien los deja ir simplemente quisiera que alguien más continuara la historia.

En nuestra portada, la actriz Camila Morrone, luce el *look* más codiciado de la temporada: las icónicas chaqueta y falda corta de Chanel de Matthieu Blazy. Cuando pienso en trajes, antes me imaginaba algo rígido y formal, pero esa idea ha cambiado por completo. Hoy son más sueltos, más frescos, más libres. Mezclamos algunos hallazgos *vintage* favoritos de las tiendas de segunda mano más icónicas de Nueva York: una camiseta *vintage*, un *body vintage* de Saint Laurent. Camila tiene 28 años, y su estilo fuera de cámara es afilado: inteligente, sexy y naturalmente fresco. Recientemente protagonizó *The Night Manager* junto a Diego Calva y Tom Hiddleston, y este mes lanza *Something Very Bad Is Going to Happen*, de los hermanos Duffer, escrito por Hayley Z. Boston. Se tomó dos días libres de su agotadora agenda para volar a Nueva York para posar ante el lente de la fotógrafa argentina Paola Kudacki y la estilista Jessica Gerardi. Paola se mostró efusiva después: dijo que se sentía como fotografiar a una amiga cercana, alguien profundamente involucrada en el proceso creativo y completamente colaboradora en su elección de *looks*. Durante los últimos meses, y a finales de este año, Camila ha estado rodando en Praga la esperadísima adaptación de *The Age of Innocence*, un papel sin precedentes, desafiante y que la consolida como una actriz que no teme arriesgarse. Parte de la alegría de trabajar con talentos como ella reside en que confían en el equipo para retratarlos desde una nueva perspectiva, y con todo lo que Camila tiene por delante, la emoción de hacer precisamente eso era innegable.

NUEVA SINTONÍA
Abajo: obra *Fetishes*
(*Fetiches*), 1944, © 2015
Fundación Calder, Nueva
York, vista en Calder
Gardens, en Philadelphia.
Karla Martínez de Salas en
París. En página opuesta:
Camila Morrone con
chaqueta de MCQUEEN.



Karla M. de Salas



LOOK DEL DÍA
La modelo Marylore Heck luce chaqueta de H&M STUDIO; pantalón de POLO RALPH LAUREN; zapato de MANOLO BLAHNIK; anillo de PANDORA. En página opuesta: gabardina de ULLA JOHNSON; suéter de HOLLAND COOPER; pantalón de LEVI'S; pendientes de PANDORA; brazalete y anillos, todo de TIFFANY & CO.



UP

DOWN

Dale nueva vida a tu
armario diario con piezas
vintage y clásicos del
futuro. Con la fotografía
de LAURA MCCLUSKEY
y la realización de
HONEY SWEET ELIAS.



Herencias INVISIBLES

Hoy entiendo que mi obsesión por el *vintage* no empezó como una decisión estética. Empezó como un juego. Crecí dentro del armario de mi bisabuela Josefina. No era un armario particularmente grande, pero para mí era infinito. Abrirlo era como entrar a otro tiempo. Mientras otros niños jugaban a disfrazarse con disfraces comprados, yo me probaba todo lo que encontraba. Sus caftanes de seda que me quedaban larguísima y arrastraban por el piso, algunos con bordados que parecían venir de la India, otros más minimalistas que ella había traído de Japón. Tenía piezas de todas partes del mundo, como si cada viaje hubiera dejado una pequeña huella en su armario. También había muchas cosas francesas, porque vivió ahí muchos años: blusas delicadas, zapatos elegantes, bolsos estructurados que se sentían muy distintos a todo lo demás. Josefina tenía una colección de paraguas antiguos, con manija de madera, que traía de viajes lejanos y que yo abría y cerraba una y otra vez solo por el sonido del mecanismo. Sus tacones, perfectamente cuidados, me quedaban gigantes pero igual intentaba caminar con ellos por la casa, sosteniéndome de las paredes. También estaban los detalles pequeños que eran mis favoritos: broches, guantes, bolsos diminutos, peinetas, pañuelos y botellas de perfumes miniatura. Cosas que hoy podrían parecer simples accesorios, pero que para mí eran tesoros. Los sacaba con cuidado, los acomodaba, los miraba uno por uno y trataba de encontrar formas de cómo usarlos. Podía pasarme horas inventando historias sobre quién había sido ella con cada objeto y pasaba las tardes organizando desfiles con mis primas. Yo, siendo la mayor, era siempre la encargada de la organización. Sacábamos ropa, accesorios, zapatos, y armábamos *looks* imposibles. Caminábamos por el pasillo como si fuera una pasarela, turnándonos, riéndonos, pero al mismo tiempo completamente concentradas, usando combinaciones impredecibles que para nosotras tenían todo el sentido del mundo. Sin saberlo, ya estaba haciendo lo

El armario de mi bisabuela, se convirtió en el origen de mi obsesión: entender la moda no como novedad, sino como memoria, identidad y continuidad.

VUELTA A LA PÁGINA, PERO NO
En página opuesta: camiseta vintage, en
EBAY; pantalón de POLO RALPH
LAUREN; bolso de STRATHBERRY; collar
de PANDORA; anillos de TIFFANY & CO.

que hago hoy: crear historias a través de la ropa. Y, sin embargo, todo tenía sentido.

Con el tiempo entendí que mi bisabuela no guardaba ropa: guardaba recuerdos. Cada prenda tenía una vida anterior. Había estado en otro cuerpo, en otra ciudad, en otra época. Había presenciado cenas, despedidas, viajes, veranos. Yo no me estaba vistiendo: estaba heredando narrativas. Tal vez por eso nunca he podido ver la ropa como algo desechable. Para mí, una prenda nueva siempre ha tenido menos misterio que una usada. Mi fascinación tampoco viene de la nostalgia. No deseo volver al pasado ni recrear una época específica. Lo que me atrae es la densidad de lo vivido: la sensación de que los objetos cargan memoria, de que el tiempo deja huellas invisibles en las telas. El *vintage* me obliga a mirar más lento. A tocar los materiales. A preguntarme... ¿De dónde viene? ¿Quién lo usó por primera vez? ¿Cómo llegó hasta aquí? ¿Por qué sobrevivió?

En una industria obsesionada con la novedad constante, con lo inmediato y lo reemplazable, lo antiguo se vuelve casi un gesto de resistencia. Todo se mueve rápido: temporadas que duran semanas, tendencias que aparecen y desaparecen antes de que podamos realmente entenderlas, prendas pensadas para ser usadas unas pocas veces y luego olvidadas. En ese contexto, elegir una pieza con historia es negarse a esa velocidad. Es parar un momento y decir: esto ya existe, y sigue teniendo valor. Es también cambiar la manera en la que miramos la ropa. No desde la urgencia de lo nuevo, sino desde la curiosidad. Para mí, no todo tiene que ser nuevo para ser relevante. Muchas veces, lo más interesante ya está hecho. Solo hay que encontrarlo. De alguna manera, también es una forma de edición. Buscar entre mercados, archivos o armarios familiares requiere el mismo ojo que construir un buen *look*: separar lo ordinario de lo especial, entender el potencial de una pieza, imaginarla en otro contexto. Es un ejercicio de intuición, pero también de respeto. No se trata solo de consumir menos, sino de elegir mejor. —VALENTINA COLLADO



EN UN
MUNDO ROSA
Chaqueta, falda y
bolso, todo de
FENDI; zapatos
vintage de New
Balance & Miu Miu,
en EBAY; calcetas de
CALZEDONIA.

PENDIENTE
Camisa, pantalón y bolso,
todo de BOTTEGA
VENETA; zapatos de
MANOLO BLAHNIK;
joyería de PANDORA y
TIFFANY & CO.





Entendiendo la CIRCULARIDAD

Creo que la historia sobre la primera prenda *vintage* que me compré ya la he contado en estas páginas: fue en Nueva York, cuando una amiga quiso ir *thrift shopping* —lo cual a mí me parecía rarísimo— y entramos a una tienda donde encontré una chaqueta de lana. (Esa se ha convertido en una de mis favoritas). En mi casa no me inculcaron jamás el amor por las cosas viejas, pero sí recuerdo que mi abuela paterna hablaba mucho sobre heredarme algunas prendas, bolsos o joyas que componían su armario, en el futuro. Al paso de los años, y conforme el tema comenzó a ser conversación en el colectivo (siendo ahora muy *cool* comprar *vintage*), empecé a entender la verdadera intención de las cosas *vintage* y de segunda mano. Es posible que mi estética esté más dirigida hacia la novedad, pero en el camino introspectivo que recorrí para encontrar mi estilo personal, mucha de la inspiración que tomo la encuentro en imágenes de los años 70, 80 y/o 90; en lo viejo, pero no precisamente.

La verdad es que me encantaría convertirme en una experta de las compras *vintage*. Confieso que no acostumbro a recorrer los mercados de pulgas o tiendas *vintage* seguido porque no soy una verdadera conocedora. También le tengo pavor a comprar algo que no sea “original”, cuando se trata de una pieza de una firma de lujo. Y mucha de la gente por la que me rodeo en esta industria, son fanáticos del *vintage*.

A principios de este año me mudé e hice una limpia de clóset muy necesaria. Por primera vez decidí vender dos bolsos de diseñador —uno *Soho* de Gucci y uno *Sunset* de Saint Laurent—. A ambos les tenía un cariño especial porque marcaron ciertos hitos en mi vida —el Gucci fue mi primer bolso de “marca”; el Saint Laurent fue la primera compra de lujo que hice en París—, pero a decir verdad, comprendí que estos objetos a los que les tienes afecto particular, pueden tener una segunda vida.

El *vintage* y la segunda mano viven dentro de la circularidad. Sobre este mismo camino el *upcycling* tomó fuerza en

Para una persona que no es experta en el *vintage*, comprenderlo a partir de la observación, la investigación de nuevas marcas y las nuevas colecciones, es suficiente; y está bien.

la industria cuando el cuestionamiento sobre el desperdicio alcanzó un pico máximo en el debate. Y entonces parte de la respuesta de algunas firmas fue comenzar a usar los rollos de tela que tenían en sus bodegas para crear nuevas colecciones. H&M, el gigante del *fast fashion* sueco, está muy comprometido con reutilizar los desechos de textiles (muchas de sus prendas ahora están hechas con hilos reciclados). Pero hay otras firmas más locales y pequeñas que empezaron a construir su ADN a partir de la reutilización de toda esa ropa que era desechada y vendida en mercados de pulgas (muchos tesoros). Havre Studio es un claro ejemplo de esto. Enfocada en encontrar piezas sastre para rediseñarlas, esta firma basada en la Ciudad de México se ha vuelto popular dentro de su propio nicho. Another Chance, una marca que comenzó a inundar algunos *feeds* de Instagram en los últimos meses, reutiliza prendas de Carhartt (la tradicional firma de *workwear* estadounidense) para hacer bolsos con guiños al clásico *Birkin*.

Mientras escribo este texto, estoy regresando de Milán de ver las colecciones para la siguiente temporada, otoño-invierno 2026, y la semana de la moda en París está sucediendo. Desde Nueva York, he notado que hay una fijación por construir *looks* con cierta nostalgia, incorporando prendas (o basando el estilismo completo con ellas) que se sientan sacadas del baúl de los recuerdos o de un mercado de pulgas. Aunque se contrapone porque todo lo que estamos viendo es nuevo, es el concepto de combinar lo viejo con lo nuevo lo que lo vuelve interesante. ¿Por qué seguimos apelando al *vintage* y a los objetos de segunda mano como inspiración? La narrativa política y social actual tiene mucho que ver y dicta nuestro comportamiento estético y de consumo. No te sientas mal si [como yo] no eres una experta en el *vintage*. Si al igual que yo te sientes más atraída por la novedad, invertir en las firmas que ya hacen el trabajo de circularidad también es una forma de subirte a la tendencia y combinar la modernidad con la nostalgia. —MARÍA JOSÉ GONZÁLVEZ

PERFIL RENOVADO

En página opuesta: chaqueta y pantalón, ambos de PHOEBE PHILO; pendiente de PANDORA. En este reportaje: peinado, Roku Roppongi; maquillaje, Claire Urquhart; manicura, Michelle Class; producción, Bronte Elsom; agradecimientos a Books for Cook, Golborne Fine Wine & Deli, Lisboa Patisserie y Number10 - Notting Hill; modelo, Maylore Heck.

UNA MÁS A LA LISTA

Manuela Álvarez es la segunda colombiana en ser reconocida como semifinalista del premio más importante en la moda, el LVMH Prize.



D.R.

Desde su creación en 2013 para celebrar y apoyar a diseñadores jóvenes alrededor del mundo, los premios LVMH se han consolidado como uno de los galardones más influyentes de la industria. Basta mirar el prestigio que han alcanzado algunos de sus participantes para dimensionar el impacto que puede tener formar parte de esta plataforma. Además de los incentivos económicos e intelectuales que se ofrecen, por el simple hecho de quedar seleccionado entre los semifinalistas, el premio indiscutible es la visibilidad.

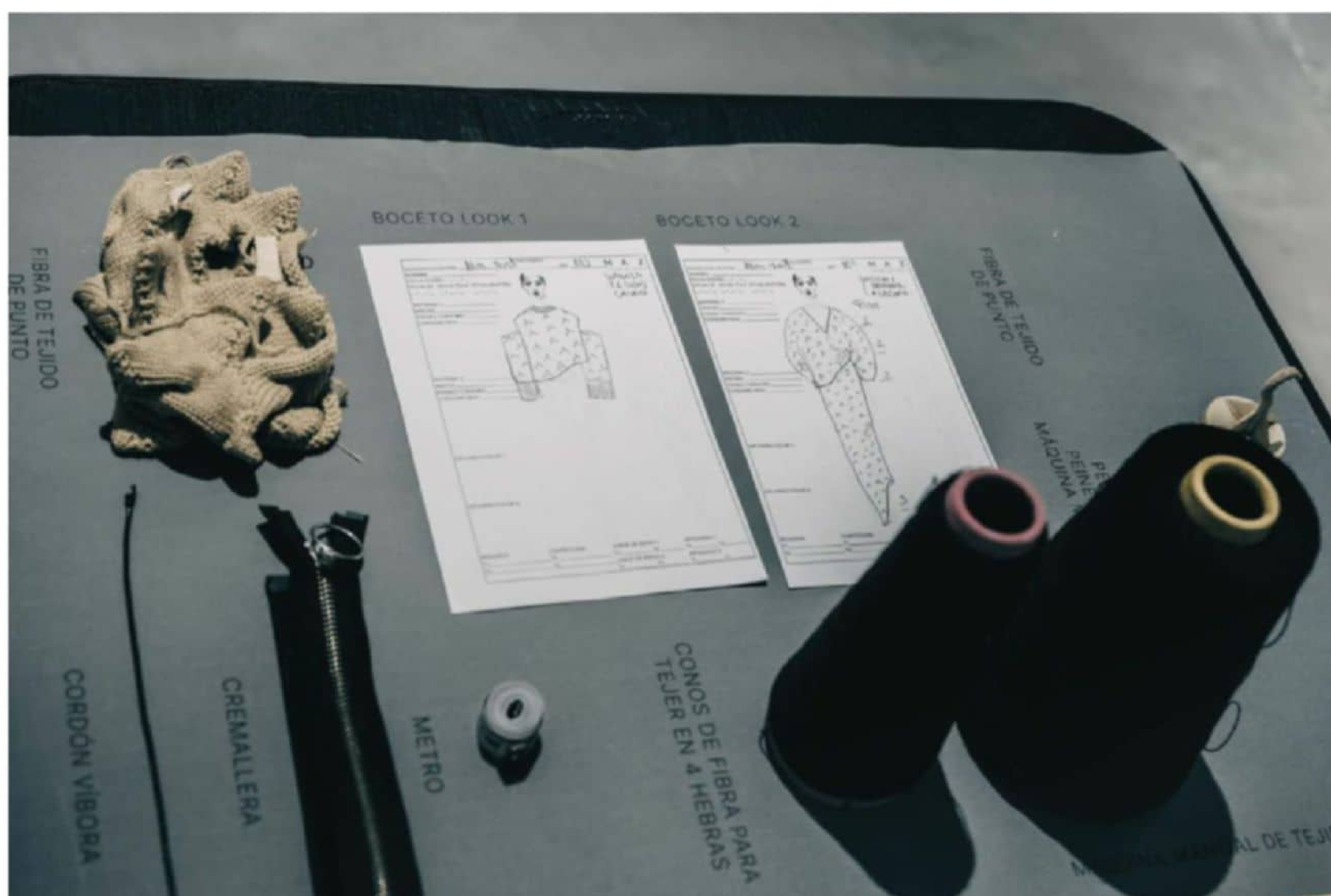
No fue sino hasta la edición de 2020 cuando una marca latinoamericana logró un lugar entre los semifinalistas, con Nous Etudions, de la diseñadora argentina Romina Cardillo. Después llegó la primera colombiana, Kika Vargas, y más tarde se sumaron el dominicano Raul Lopez, así como el mexicano Patricio Campillo y la brasileña Karoline Vitto. La participación latina ha sido minoritaria en el concurso de escala global, pero se opone a la magnitud cultural de las propuestas que representan la región.

Este 2026, Manuela Álvarez, con su marca MAZ, se ganó un lugar entre los semifinalistas. Y por segunda vez

en la historia de los galardones, Colombia destaca en la disputa. Aunque este camino ya lo venía trazando. El año pasado, la directora creativa alcanzó otro importante hito al firmar una colaboración con adidas Originals que la colocó en un nuevo nivel de la moda en la región. “Somos los primeros latinos después de Farm Rio en hacer una colaboración completa con adidas [Originals], pero los primeros en el mundo en lograr una colaboración 100% artesanal con la marca”, me dice la diseñadora desde su taller en Bogotá.

Poco más de una década le ha costado construir una marca cuya propuesta va más allá de las prendas: su nombre representa una suma de valores, tangibles e intangibles, que se integran en cada pieza. “Se volvió un propósito de vida”. MAZ Manuela Álvarez ha participado en la ONU y ha trabajado “con más de 850 familias en todo Colombia, en más de ocho regiones del país, con más de 20 técnicas artesanales”. Todo lo ha sostenido mediante “una metodología y una estructura absolutamente clara, transparente, ética y respetuosa”. Su forma de operar se basa en su “360 Degree Holistic Sustainable Process, que es un proceso que tiene cinco pilas-

res interconectados: autosustentabilidad como principio base de todo, laboratorios creativos e innovación textil artesanal, módulos pedagógicos y educativos para los artesanos, además de un *networking* artesanal”. Sus cimientos se basan en su transparencia. “Somos una marca de moda nicho, sostenible y latinoamericana, pero también somos una plataforma de visibilización. Adquirimos la responsabilidad con ellos, se sienten apoyados por nosotros y viceversa”. Y con esta carta en la mano se prepara para avanzar hacia las próximas etapas del premio LVMH. De los 20 semifinalistas, solo ocho pasan a la etapa final, donde son calificados por un jurado con nombres “de un calibre como [Jonathan] Anderson, Sarah Burton, Marc Jacobs, Stella McCartney, Nicolas Ghesquière”. ¿Y qué haría si se llevara el premio? “El 90% lo queremos andamiar en el desarrollo de saberes y apertura y ampliación de los laboratorios creativos y *networking* artesanal para tener más aliados, no solo en región colombiana, sino en Latinoamérica, y el 10 por ciento realmente lo queremos dar a una bonificación a los maestros artesanos con los que hemos trabajado por más de diez años”. —LUZ GARCÍA



VISTA DE CERCA

Arriba: los componentes de la nueva colección de MAZ Manuela Álvarez con la que participa para el LVMH Prize de este año. En página opuesta: modelo luciendo diseño de la creativa colombiana.



EPICENTRO DE
SEGUNDA MANO
Antigüedades en el
mercado de la Plaza
Dorrego en Buenos
Aires, Argentina,
que desde 1970 se
ha convertido en un
clásico de domingo.

ruta del tesoro

De los barrios históricos a las colonias más efervescentes, las tiendas *vintage* crean una ruta singular de consumo consciente en América Latina.

AL ARMAR ESTA LISTA, pienso en cómo el reusar, el *vintage* y la imaginación de un futuro posible forman parte del ADN latinoamericano. En esta región, donde la historia convive con la urgencia creativa del presente, reutilizar nunca ha sido únicamente una práctica funcional, sino un gesto natural: heredar, intervenir, transformar. Desde los mercados de pulgas hasta las *concept stores* más afinadas, América Latina ha hecho del pasado una materia prima viva. Sí, hay memoria en cada prenda rescatada, pero también visión; una manera de entender que el mañana se construye con lo que decidimos preservar hoy.

En ciudades como Buenos Aires, São Paulo, Ciudad de México, Bogotá o Santiago, las rutas *vintage* revelan cartografías de épocas y legados: barrios donde las prendas de los años 70 dialogan con piezas Y2K, muebles *mid-century* encuentran nuevos hogares y diseñadores emergentes reimaginan archivos textiles familiares. El *vintage* en nuestra región es una conversación constante entre generaciones, una economía circular que nació mucho antes de que el término se volviera tendencia global.

Recorrer estas tiendas es entender que la región siempre ha sabido adaptarse, editar su pasado y proyectarlo hacia ade-

lante. Aquí hay ingenio ante tiempos complejos; es comunidad, intercambio, intuición curatorial. Pensar una ruta del tesoro, desde Latinoamérica, implica reconocer que la sostenibilidad es más que un discurso del norte global, es la práctica cotidiana que implica, por ejemplo, reusar la bolsa del mercado desde inicios del siglo XX. En cada perchero, en cada objeto que vuelve a brillar, late una certeza compartida en donde lo *vintage* es forma de vida. Empezamos por el sur, que es nuestro norte:

Los Ezeiza (Buenos Aires, Argentina): una boutique en el corazón de San Telmo, creada por Sol Minardi e Igor Lelczuk. Reúne piezas de grandes firmas como Chanel y Dior, además de baúles y maletas de época, así como mobiliario del siglo XVIII.

Rou Vintage (Montevideo, Uruguay): se definen como la “República del *vintage*”. Esta llamativa tienda en la Ciudad Vieja está dedicada a moda circular

las encuentras todas en plena Carrera 13.

SYS Vintage Store (Ciudad de Panamá): en la mítica Vía Porras, corazón *secondhand* de PTY, la tienda conecta estética Gen Z con aire urbano. *T-shirts* gráficas y piezas noventeras evocan el nacimiento del reggaetón latino y su energía callejera.

Degani Vintage (Ciudad de Guatemala): nacida como proyecto de Instagram en 2017 y hoy en Plaza Decorísima, aquí se rescatan tesoros de pacas globales. Entre marcas europeas y piezas de pasarela, Degani propone diálogo crítico frente al sobreconsumo textil.

Tus Besos Fríos (México): este proyecto fundado por el curador Luis Ramaggio, tras la pandemia, reúne ropa, muebles, libros y objetos *vintage* del siglo XX, seleccionados para circular nuevamente con vocación utilitaria y un espíritu anclado en el glamour del México de los años 40 y 50.

El *vintage* latinoamericano traza un camino de futuro sostenible con naturalidad, convirtiendo cada hallazgo en una declaración de identidad compartida.

con curaduría urbana. En la calle de Alzáibar encontrarás prendas noventeras, *denim* clásico y accesorios únicos que celebran identidad, archivo y ese estilo relajado y atemporal de Montevideo.

Persa Víctor Manuel (Santiago de Chile): este mercado que se expande por varias calles es el epicentro *vintage* en Santiago, donde conviven locales independientes, archivo textil y hallazgos inesperados. Entre *streetwear*, sastrería clásica y piezas retro, una respuesta a los *landfills*.

En São Paulo (Brasil), los nombres a tener en cuenta: B.Luxo con la mejor curaduría en la Rua Augusta; Capricho à Toa despliega un archivo organizado en el barrio de Pinheiros; aunque quizás la experiencia más completa sea la de Brecho No Fundinho en la Praça da República.

Planeta Vintage (Bogotá, Colombia): sería un crimen estar en esta capital y no buscar prendas clave del estilo “cachaco”: una chaqueta de lana cruzada, una chaqueta de cuero de los 80 con hombreras, una camisa de nailon estampada. Aquí

“Vestir *vintage* es medio editar el tiempo, ¿me explico”, es lo que me dice un amigo vestuarista, en plena feria dominical San Telmo, al calor del verano porteño. Y quizás ahí radica la clave: elegir qué memorias continúan circulando. En una región atravesada por crisis y reinenciones, reutilizar siempre ha sido un acto de ingenio, pero hoy también es un gesto estético y hasta político. Las pacas se transforman en manifestos en lugar de veneno sanitario; las *t-shirts* noventeras son puentes generacionales; los baúles centenarios, recordatorios de que el lujo puede ser longevidad.

El mapa *vintage* latinoamericano se expande sin perder una identidad híbrida en la que también hay que sortear el prejuicio de lo que “no es nuevo”. Aquí conviven Sonia Rykiel y Cacharel de los 60, con sastrería anónima de sastres colombianos y piezas de archivo. Al final, más que tendencia, es una forma de habitar el mundo: mirar atrás con respeto, intervenir el presente con carácter y proyectar un mañana lleno de valor y menos poliéster. —RAMÓN BARRETO

Sustentable: QUÉ, CÓMO, QUIÉN..

El inicio hacia una industria más transparente lo da una certificación de la que mucho escuchamos, pero no conocemos del todo... y estas son las marcas latinoamericanas que la tienen.

Cada vez más marcas se dicen ser B Corp, pero ¿qué es, exactamente una empresa B Corp? Básicamente, es una empresa que ha recibido una certificación que se da a negocios que intentan hacer las cosas bien —no perfecto, pero sí de forma responsable— entendiendo que un negocio no existe solo para generar ganancias, sino que también impacta a las personas, las comunidades y el medio ambiente. Cuando una empresa es B Corp, se compromete públicamente a equilibrar su beneficio económico con un impacto social y ambiental positivo y la buena noticia es que eso no se queda en el discurso: se mide y se revisa.

¿CÓMO SE OBTIENE UNA CERTIFICACIÓN B CORP?

La certificación B Corp se ha convertido en uno de los sellos más respetados del mundo cuando hablamos de responsabilidad empresarial. Más que un distintivo, es una garantía independiente de que una empresa equilibra la rentabilidad con el impacto positivo en las personas y el planeta. Para lograr esta certificación, una compañía debe demostrar altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia pública y responsabilidad legal ante todos sus grupos de interés —no solo ante sus accionistas—, lo cual se mide de forma rigurosa y externa por una organización especializada. Para certificarse, las empresas deben alcanzar un puntaje mínimo y aceptar auditorías periódicas. Es un proceso exigente, no un sello que se compra.

¿QUIÉN OTORGA LA CERTIFICACIÓN B CORP?

La certificación la otorga B Lab, una organización global sin fines de lucro que evalúa a las empresas a través de la llamada *B Impact Assessment*. Ahí se analizan cosas muy concretas: cómo tratan a sus trabajadores, cómo toman

decisiones a nivel de gobernanza, qué impacto tienen en su comunidad, cómo gestionan su huella ambiental y qué tan transparentes son con todo esto.

Por eso, si te interesa comprar de forma más responsable, fijarte en si una marca es B Corp puede ser un muy buen filtro inicial. No significa que sea perfecta ni que sea la única opción ética, pero sí que pasó por una evaluación externa seria y que está obligada a rendir cuentas.

En un contexto donde el *greenwashing* es tan común, este tipo de certificaciones ayudan a separar la mercadotecnia bonita de los compromisos reales, y a apoyar empresas que están intentando construir modelos de negocio más justos y sostenibles a largo plazo.

Y, para comenzar, ¿qué mejor que con la moda? Para esto hemos seleccionado para ti siete marcas latinoamericanas con certificación B Corp que sí o sí debes conocer y, por qué no, también usar.

¿QUIÉNES SÍ TIENEN ESTA CERTIFICACIÓN?

Carla Fernández (México): cuenta con la certificación desde 2018 con una destacada puntuación de 90 (superando la media de 50). Su fortaleza radica en el impacto comunitario y el compromiso con sus trabajadores y artesanos.

Karün (Chile): pionera en transparencia y trazabilidad. Posee el sello de certificación desde 2013. Esta marca de gafas es un referente en la divulgación de emisiones de carbono y permite a los clientes rastrear el proceso de producción mediante tecnología *blockchain*. Sobresale por su excelente gestión ambiental.

Maaji (Colombia): obtuvo el certificado en 2022. Esta marca de estilo de vida, especializada en trajes de baño, se distingue por su impacto comunitario, compromiso con los empleados y transparencia en sus prácticas sustentables.

Genes (Perú): certificada desde 2024, esta marca con raíces en la confección de prendas de punto integra prácticas éticas y sustentables, enfatizando su impacto positivo en la comunidad y la incorporación de su compromiso social y ambiental en la estructura corporativa.

Bohio Playa (Colombia): logró certificarse en 2024. Crea prendas y accesorios elaborados por “abuelitas, artesanos y madres cabezas de hogar”. B Corporation destaca su “modelo de alivio de la pobreza en la cadena de suministro” y su impacto económico regional, además de su labor por “proporcionar la seguridad financiera y promover la salud, bienestar y seguridad de su equipo de trabajo”.

Somos Martina (Colombia): marca colombiana, con sede en Cundinamarca, que fabrica ropa interior absorbente para la menstruación, incontinencia y posparto, y obtuvo su certificación en junio de 2025. En el área donde la marca obtiene su mayor puntaje es en Alto desempeño ambiental, gracias a sus esfuerzos por reemplazar toallas higiénicas y tampones desechables para reducir el consumo y los residuos, destacando específicamente en el área de conservación de recursos.

Artemera (Paraguay): nació en 2016 en Paraguay con la misión de fusionar el arte con la moda en prendas para el día a día, obteniendo la certificación en septiembre de 2024. La marca destaca por poseer un modelo de negocio de impacto centrado en el alivio de la pobreza en la cadena de suministro. Además, se enfoca en resaltar la riqueza cultural y natural de Paraguay bajo el lema *#PongamosDeModaLoNuestro*, integrando el arte local en sus prendas de uso diario. —AMIRA SAIM



BRIDGET FLEMING, VOGUE MÉXICO Y LATINOAMÉRICA, ABRIL 2021

*ENFRENTANDO
REALIDADES
Aunque es imposible
ser sustentables al cien
por ciento, la
certificación B Corp
reconoce los esfuerzos
para ser lo más
amigable con el medio
ambiente, la sociedad
y la industria.*

Al estilo DE BODE

Un nuevo hogar para Emily Bode y su familia es la muestra de cómo se entretajan su historia personal y una marca global. Con la fotografía de ANDREW JACOBS y el estilismo de JORDEN BICKHAM.

JUSTO ANTES DE VOLAR A PARÍS, para el inicio de varias semanas de inspiración (y trabajo), Emily Adams Bode Aujla –Emily, a secas– estaba en casa celebrando un cumpleaños, el suyo. Y como todo cumpleaños, era un buen momento para hacer balance: de Bode –su firma de moda– sin dejar de lado a la familia que conforma también esta empresa familiar.

Esa familia ha crecido y se ha mudado, como la propia Emily relató en una breve cronología del equipo: de Chinatown a Greenwich Village y, pocos años después, a una segunda casa también en Greenwich Village.

Ella decía en ese entonces: “Hay que entender que, al mismo tiempo que hacíamos todas esas mudanzas, también pasábamos por otras cosas; adoptamos un perro. Me embaracé, nació la bebé. Fue niña. Y luego volví a embarazarme. Necesitábamos mudarnos por varias razones, entre ellas que venía otro bebé, un niño. Y además adoptamos otro perro justo antes de que él naciera”.

“Soy del sur, tomo más té helado”, se lamentaba. “¡No quiero depender del café!”. Para Emily, el café remite a los años universitarios, a principios de la década de 2010, cuando la cafeína nocturna la impulsaba a desarrollar sus primeras ideas de ropa masculina que, pocos años después, darían forma a la marca Bode en su departamento del Lower East Side.

Ese tiempo hoy parece historia antigua. En 2016 comenzó a explorar, de manera simultánea, las tradiciones familiares que la inspiran –sus raíces están en Nueva Inglaterra y también en la región del Piedmont, más conocida como Atlanta– junto a las históricas tradiciones artesanales estadounidenses que la fascinaban. Con el tiempo empezó a colaborar con quien es hoy su esposo y socio, Aaron Aujla.

Mientras la pareja sumaba dos hijos y los respectivos griffons, y mientras ella ignoraba a quienes le aconsejaban no confeccionar camisas con sábanas *vintage*, ni pantalones cortados a partir de magníficos tejidos discontinuados, ni bordados con botones hallados en un almacén cerrado del sur de los Estados Unidos, el negocio crecía al ritmo de su familia. Bode se transformó en una marca global.

Durante una visita a su casa poco después de la mudanza, le pedí a Emily que reflexionara sobre cuánto habían cambiado las cosas desde hacía apenas unos años, cuando el mundo se preguntaba si lanzaría alguna vez una colección femenina. La respuesta llegó con chaquetas tipo bolero reinventadas, vestidos de gala y piezas vaporosas que transitaban entre pasado y presente.

El tiempo en familia encaja naturalmente con un negocio familiar: Bode está dirigido por Emily y Aaron, junto con el





*CASA LENA
Emily y su esposo,
Aaron Aujla, posan con
sus hijos
Bibhutibhushan (izda.)
e Indus (dcha.) y
Tuesday, uno de sus
griffons de pelo duro, en
su casa de Greenwich
Village. Ambos lucen
looks de BODE.*

“Siempre supe que quería tener hijos y yo fui construyendo mi negocio pensando en que pudiera trascender [...]”.

hermano de Aaron, Dev. Y en el universo Bode, la vida familiar también agita ese pozo de inspiración. Prueba de ello es la colección primavera-verano 2026, presentada en París, un homenaje a un pariente político: el pianista de jazz ganador del Grammy, Bill Charlap, cuyo padre, Moose Charlap, fue el compositor conocido por el éxito de Broadway *Peter Pan* (1954) y el musical televisado de *Alicia a través del espejo* (1966).

Charlap hijo se casó con una tía de Aaron y, durante las reuniones familiares, al relatar las historias de su padre, le ofrecía a Emily destellos del París y el Nueva York de los años 50 que terminaron por inspirar su colección más reciente.

El salón-desfile resultante fue digno del estilo de Bode, en la medida en que ignoró las reglas básicas de los desfiles parisinos. Un fotógrafo que llegó temprano al Théâtre National de l'Opéra-Comique y pidió que le indicaran dónde era la pasarela, quedó desconcertado al descubrir que las prendas eran en miniatura sobre muñecas de apenas 30 centímetros de altura. El evento se asemejaba más a una exposición de maquetas, a una película o a un teatro cotidiano, todo al estilo Bode.

Del mismo modo, los *looks* no se asociaban a una sola temporada, sino a varias, dejando espacio para el juego y tiempo para que las ideas maduraran. “Creo que esa es la belleza de cómo trabajamos Aaron y yo”, dice Emily. “Queremos la oportunidad de crear un mundo en el que podamos profundizar en lo que nos inspira; podemos pasar años en algo, in-

vestigando y trabajando con los materiales o las técnicas de las que nos hemos enamorado, en múltiples momentos”.

La casa donde dos perros y dos niños deambulan con razonable libertad es una galería de objetos recolectados y piezas concebidas por Green River Project, el estudio de diseño interior y mobiliario de Aaron.

El mantra de diseño de Aaron para las tiendas de Bode se basa en la sencillez: “¿Cómo sería esta habitación si estuviéramos en 1925?”, mientras que en casa trabaja teniendo en mente las colecciones *vintage*, en constante expansión, de su esposa. “A estas alturas estamos completamente entrelazados”, dice. En realidad, difuminar los límites entre hogar y trabajo siempre fue el objetivo de Emily. “No he cambiado”, afirma. “Siempre supe que quería tener hijos... y yo fui construyendo mi negocio pensando en que pudiera trascender generaciones; esos son mis sueños”.

Justo antes de despedirse, me habla de la curiosa tienda de campaña exhibida en la sala de su casa: de tamaño infantil y hecha a mano. “Quería que pareciera una carpa de circo”, cuenta Emily. Y así la hizo, con telas que había usado para prendas y con ribetes *vintage*. “Tiene una luz roja preciosa por dentro”, añade. “A Tuesday le encanta meterse en la tienda con Bibhuti —y Bibhuti, por supuesto, cree que es lo más fantástico del mundo—. Son mejores amigos”. —ROBERT SULLIVAN



TIEMPO EN
FAMILIA
Aaron, Emily y
Bibhutihushan
juegan en su patio.



*MEJORES AMIGOS
Bibhutiibhushan y
Tuesday reclaman su
lugar en la sala. En este
reportaje: peinado y
maquillaje, Allie Smith;
producción, CLM.*

AQUÍ CONTINUÁN

En un mundo
donde los bolsos más
deseados son los
vintage, hacemos un
recorrido por el camino
de los recuerdos. Con la
fotografía de
CHRIS BROOKS
y la realización de
LOIS ADEOSHUN.

ESTE ES
DE NICHÓ
*Miu Miu siempre ha
sido una firma para
las más cool, es
decir, para quienes
saben combinar
despreocupadamente.
Bolso de MIU MIU.*

*SIEMPRE
RELEVANTE
Cuando un legado se
resume en un bolso,
el Speedy nunca
cesa su poder. Bolso
de LOUIS
VUITTON.*



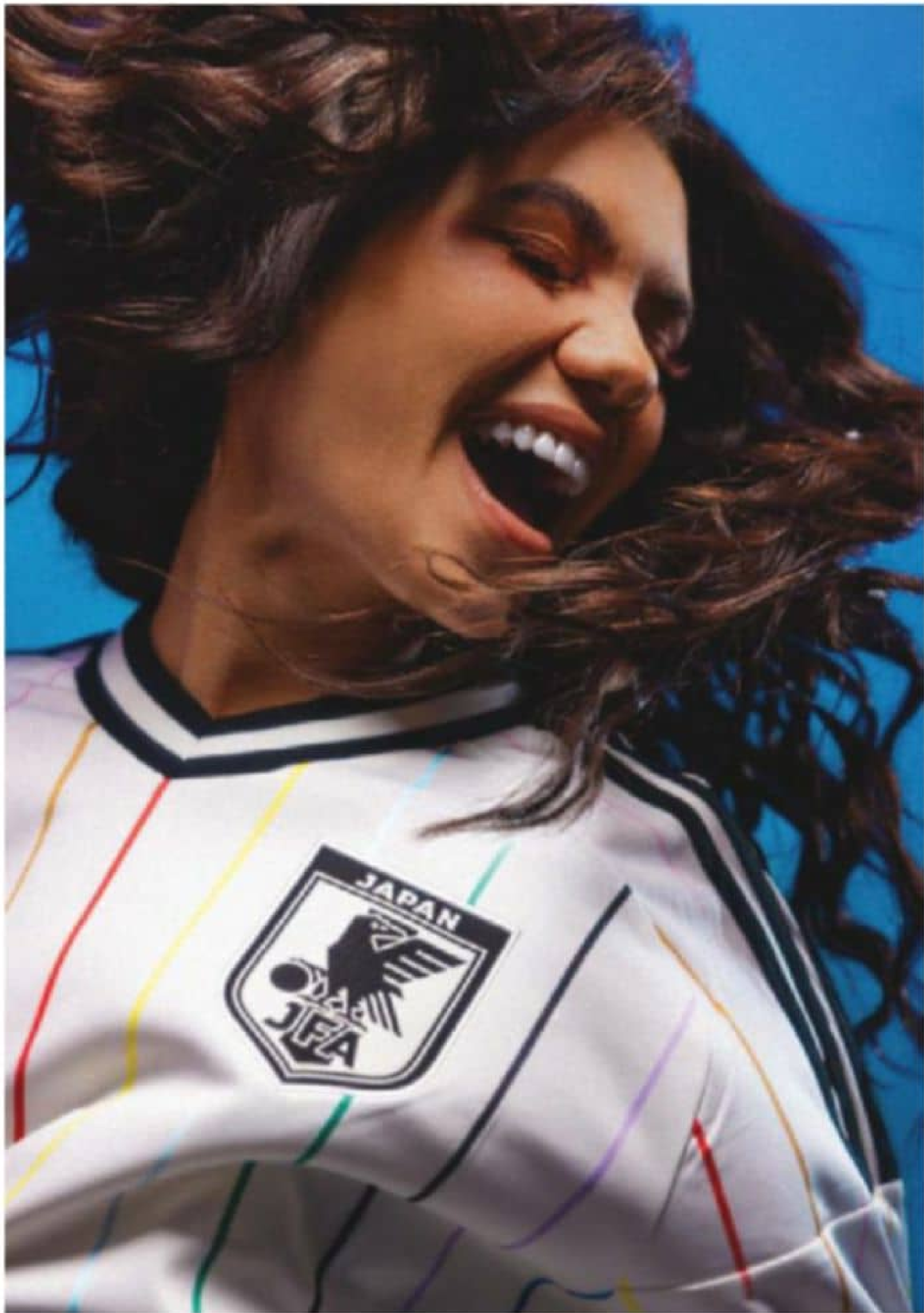
ESTILO VOGUE



PARA UNA MUJER
El clásico de Dior,
visto por primera
vez en las manos de
la princesa Diana, y
de quien toma su
nombre: Lady Dior.
Bolso de DIOR.

EL DE LAS
IT GIRLS
Cuando el bolso Le
City fue presentado,
el clique de la moda
lo adoptó como el
complemento oficial
de una it girl. Bolso
de BALENCIAGA.
En este reportaje:
arte digital, Cross
Post; agradecimiento
a Bekonscot Model
Village & Railway.





adidas presenta las nuevas camisetas de visitante para la Copa Mundial de la FIFA 2026™

Las nuevas jerseys de adidas son símbolos de pertenencia a una comunidad que celebra el deporte y el estilo de vida.

Estamos en ánimo mundialista y el entusiasmo de todas y todos va más allá del deporte y llega al estilo con las away jerseys de adidas, marca que integra una nueva propuesta a su catálogo, para dejarnos saber que es un momento de celebración en ese punto que marca la intersección entre fútbol, moda y cultura. Así vestimos como nos sentimos.

Las away jerseys con logo de Originals, justo las camisetas que van a estar vistiendo los jugadores durante el torneo, son aquí el ícono de fusión entre deporte y estilo de vida, conectándonos con esos momentos que vamos a vivir en el año del mundial. Más que una prenda deportiva, estas piezas son una reafirmación de libertad, y una expresión de nuestra pertenencia a una comunidad. En

palabras de Sam Handy, Director General de Fútbol de adidas, “estos diseños rinden homenaje a cada país, a la vez que ofrecen a todos los aficionados un catálogo de diseños futbolísticos que trascienden cómodamente el campo y las gradas”.

Las camisetas están inspiradas en los signos culturales que identifican a cada país, reinterpretando la estética clásica de adidas de los años 90 en patrones geométricos y líneas verticales estilizadas, con un diseño contemporáneo que conecta con aficionados y atletas por igual. Así, ya tienes tu outfit perfecto para el mundial, complementado por estas prendas con el color de tu equipo, con una visión urbana dinámica y la versatilidad que hace que podamos llevarlas en ocasiones especiales y en nuestro día a día.





*SECUENCIAS
Y MIRADAS*
*En Chiara, total look,
de CHANEL, pulsera
vintage. En Alfonso
Herrera: suéter de
punto, de DIOR,
jeans de LEVI'S;
zapatos de DIOR.*

Viviendo entre espíritus

La adaptación de *La casa de los espíritus* llega a la pantalla chica para recordarnos el poder de las letras latinoamericanas. Con la fotografía de MANUEL ZÚÑIGA; el estilismo de OSCAR BARRAGÁN y las palabras de FERNANDA PÉREZ.

En septiembre del año pasado, Prime Video presentó en Chile el lanzamiento de la nueva adaptación de *La casa de los espíritus*, la novela más importante del largo historial de Isabel Allende, publicada en 1982 como su primera obra. “Es lo que siempre debió haber sido”, dijo la autora, quien estuvo presente en el evento y ya había visto los primeros tres episodios.

Con la aprobación de la escritora y un equipo que la incluye a ella como productora junto a Eva Longoria; y a los escritores Francisca Alegría, Fernanda Urrejola y Andrés Wood, la serie llegará a la plataforma de *streaming* el 29 de abril con ocho episodios.

Después de haber visto los primeros capítulos de la producción por adelantado, es sencillo entender por qué esta adaptación cuenta con el visto bueno de Isabel Allende. Uno de sus grandes aciertos radica en el elenco, donde veremos a Alfonso Herrera habitar el personaje de Esteban Trueba y a Chiara Parravicini como Rosa del Valle. Son pocas las escenas que comparten juntos, pero estas son el catalizador para el resto de los sucesos que marcarán la vida de Clara, la herma-

na menor de Rosa (interpretada por Nicole Wallace en su juventud y Dolores Fonzi en su madurez).

Los primeros recuerdos del actor mexicano acerca de *La casa de los espíritus* vienen de memorias escolares, leyendo la novela por primera vez. Al reencontrarse con la obra para este proyecto, encaró a un personaje repleto de matices: “Desde una mirada muy superficial podría catalogar a Esteban como un villano, de alguna forma sí lo es, pero al mismo tiempo hay que desmenuzar el contexto en el que vivía. Habla de una masculinidad muy específica del tiempo y de la región”.

La serie se enfrentó al reto de adaptar una obra generacional que se desarrolla en Chile, desde inicios del siglo XX hasta la década de los años 70. Para un actor, es una especie de regalo el interpretar a un personaje durante toda una vida; Alfonso Herrera encarna a Esteban desde su juventud hasta su deceso (hace hincapié en las más de 240 horas de aplicación de maquillaje y prostéticos): “Cuando te invitan a un proyecto generalmente es una ventana muy específica de tiempo de un personaje y aquí es un arco totalmente completo desde su proceso de juventud hasta su muerte y eso nunca me había

pasado. Fue algo muy lindo y complejo”.

Si Esteban Trueba representa la violencia y severidad, Rosa del Valle es el extremo opuesto. Ambos se encuentran en su primer descubrimiento afectivo, “tratábamos de que fuera una mirada muy fresca y luminosa porque, a final de cuentas, es el primer amor”, dice Alfonso sobre su trabajo junto a Chiara Parravicini.

Curiosamente, al hablar con la actriz argentina, ambas coincidimos en que Rosa es un personaje que trasciende cualquier historia de amor: “Rosa no pega con nadie, solo con Clarita”, confiesa con humor, “ella simboliza la ternura, el fluir como agua. Es un espíritu libre y también es poderosa. [Representa] ese lado del femenino que creo que todas podemos habitar”.

Parravicini tiene sus primeras memorias sobre la novela de Isabel Allende ligadas a la versión cinematográfica de 1993, dirigida por Bille August, y protagonizada por Meryl Streep y Jeremy Irons. Esta versión fue hecha con una lente Hollywoodense que si bien tenía un reparto extraordinario, prescindió de varios detalles de la idiosincrasia latinoamericana

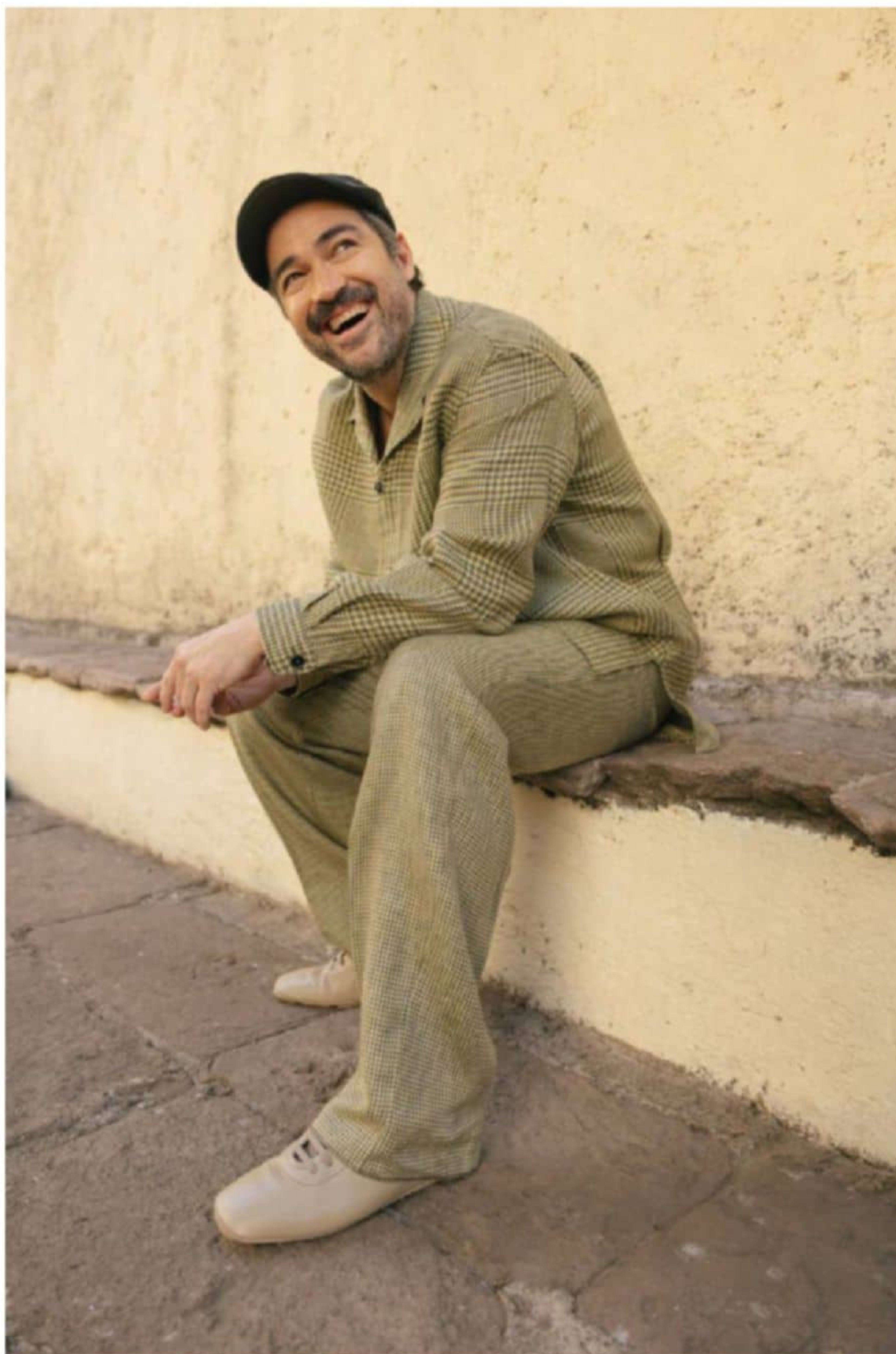
que resultan tan importantes en una historia como esta.

Para Herrera y Parravicini, mucha de la fuerza de este nuevo formato de serie de televisión, se encuentra, precisamente, en su retrato de América Latina y cómo sigue resonando incluso en la actualidad. “Hay muchas cosas en las cuales no hemos avanzado: la estructura en la que estamos viviendo, el patriarcado que está ahí presente y todavía rige las instituciones educativas y el sistema político de la región”, explica el actor, “la historia también habla de una sanación, es una mirada muy femenina de la región, una mirada mucho más latinoamericana y auténtica, mucho más propia, en nuestro idioma, el idioma en el cual Isabel Allende construyó esta novela”, detallan.

Chiara Parravicini en cambio, rescata las contradicciones que nos definen como territorio: “Esta novela retrata un Chile profundamente dividido, con una diferencia de clases enorme, es un problema que sucede en toda Latinoamérica. También retrata la pasión con la que amamos intrínsecamente como latinos, eso contrasta mucho con la violencia y obviamente con la dictadura. Muestra una Latinoamérica muy romántica



“Esta novela retrata un Chile profundamente dividido, con una diferencia de clases enorme, es un problema que sucede en toda Latinoamérica...”, expresa Chiara Parravicini.



CREATIVOS
En página opuesta: en Chiara: total look de DIOR. En Alfonso: boina de PERRY ELLIS; camisa y pantalón de ZEGNA; zapatos de FERRAGAMO. En este reportaje: maquillaje y grooming: Davo Sthebane y Francisco Villa; asistentes de estilismo: Mariana Villaseñor y Elizabeth Gallo; locaciones: Centro Estudio, calles del Centro Histórico de CDMX y el Jardín de La Estampa para Ancianos Concepción Béistegui.

y triste a la vez; en Sudamérica, especialmente Argentina y Chile, la melancolía es algo que forma parte de nuestro ADN”.

Esta adaptación de *La casa de los espíritus* llega en un momento muy particular para la industria latina del entretenimiento, después de adaptaciones de otros clásicos: la película de *Pedro Páramo* y las series *Cien años de soledad* y *Como agua para chocolate*, todas estrenadas en 2024. Es inevitable hablar con sus protagonistas sobre por qué este tipo de historias permanecen vigentes y conforman una oleada de producciones exitosas basadas en literatura del realismo mágico. “Al final lo que uno trata de buscar es una buena historia y las novelas latinoamericanas que se han convertido en clásicos es porque tienen una columna vertebral muy sólida y se sostienen muy bien”, dice Alfonso Herrera.

Chiara Parravicini tiene un punto de vista distinto: “Estas historias hablan de la humanidad, del amor y de todas las cosas que nos siguen atravesando en la modernidad. El amor nos atraviesa igual que antes, la muerte, el enojo, la pasión son sentimientos y comportamientos constantes en el ser humano a pesar del contexto”.

“Estas historias hablan de la humanidad, del amor y de todas las cosas que nos siguen atravesando en la modernidad”, dice Chiara Parravicini.

El relato, creado por la mente audaz de Isabel Allende, en el fondo, va de eso: de personajes intrincados cuya vulnerabilidad sigue conectando con nuestros temores, pasiones y tensiones actuales, no por nada continúa sintiéndose como una novela profundamente feminista y femenina. Es lo que a la actriz le gustaría que el público conservara después de ver la serie: “Me gustaría que se quedaran con una sensación de poder entender todas las dimensiones que tiene una mujer, todo lo que puede ser una mujer. Es una historia en la que pasan muchas cosas y, sobre todo, es un retrato de lo humano. Espero que se puedan ver a sí mismos en distintos personajes”. Esta historia crea una reflexión por sí sola.



*NARRATIVAS
QUE SEDUCEN
Obra que forma
parte de la
exhibición From
The Heart to the
Hands: Dolce &
Gabbana, que estará
abierta en el ICA de
Miami hasta el 14
de junio de 2026.*

D.R.

Legado manual

La exhibición *From the Heart, to the Hands: Dolce & Gabbana*, muestra la solemnidad de su manufactura en Miami. Con las palabras de SOFÍA AGOSTINI.

Si queremos que todo siga como está, es necesario que todo cambie”, se lee en la novela *El Leopardo* (1958) de Giuseppe Tomasi di Lampedusa, justo cuando la vieja aristocracia siciliana intuye que el mundo que conoce está por desaparecer. Cambiar la forma para que la esencia sobreviva. En Italia, el exceso, el ritual y la puesta en escena son patrimonio cultural. Este patrimonio es el que Doménico Dolce y Stefano Gabbana se han dado la tarea de reimaginar y celebrar con una exuberante exhibición en Miamo.

Después de su debut en el Palazzo Reale de Milán, seguido por paradas en el Grand Palais de París y el Palazzo delle Esposizioni de Roma, la exposición *From the Heart to the Hands: Dolce & Gabbana* abre puertas en el Instituto de Arte Contemporáneo (ICA) de Miami el 6 de febrero.

La muestra exhibe piezas de las líneas de Alta Moda, Alta Sartoria y Alta Gioielleria. Aunque la firma fue fundada en 1985, es a partir de 2012, con el lanzamiento de Alta Moda -respuesta italiana a la categoría de alta costura francesa-, cuando la marca pone a prueba los límites de lo que es capaz de hacer, bien sea por presupuesto o por construcción.

Cada colección parte de un lugar o de un período histórico italiano. Los diseñadores investigan su cultura, toman referencias de personajes y tradiciones, y convocan a los artesanos que mantienen vivas muchas de estas prácticas para integrarlas al trabajo de su atelier en Milán. “Comenzamos el tour por Estados Unidos en Miami porque la exposición está llena de cultura latina”, señala Florence Müller, curadora de la exposición y figura clave en la construcción de este relato.

La primera sala está dedicada al Fatto a mano, “es un grupo in-

tenso de trajes y vestidos de distintas colecciones que muestran todo tipo de técnicas”, explica Müller. “Muchas veces las personas no saben por qué se puede crear libremente con la alta costura, y es porque puedes trabajar con tus manos. Cuando trabajas en ready-to-wear, debes construir una máquina para recrear los diseños en masa. Si quieres hacer un adorno con metal, debes hacer un molde. En la alta costura, tus artesanos lo hacen para ti en el momento. Esta es la superioridad de lo fatto a mano”.

La exposición continúa a través de un recorrido no lineal que enlaza distintas ciudades y períodos. En ese desplazamiento, una de las salas más potentes es la dedicada a las tradiciones sicilianas, marcada por la intensidad cromática y el valor artesanal, así como por el profundo vínculo que une a Domenico Dolce con su terruño. Allí se exhiben trajes de la colección otoño e invierno 2017/2018, sobre los maniquíes van tocados inspirados en los que llevan los caballos en las fiestas patronales de la isla.

Un carro de procesión, hecho a mano con paneles de madera pintada y azulejos de cerámica, ocupa el centro, acompañado de un video que documenta su proceso de producción. El piso, cubierto por piezas de cerámica pintadas a mano, fue construido especialmente para la exposición. Ese mismo interés por rituales, arquitectura y herencias ancestrales se extiende a la sala semicircular El Arte de Cerdeña.

La adición más reciente es la sala titulada Roma, belleza eterna, que reúne diseños inspirados en el esplendor eclesiástico, desde capas papales hasta camisas que imitan columnas de mármol con el rostro de San Miguel Arcángel y su llave. La escena combina la solemnidad del Vaticano con un guiño humo-

rístico que remite a la célebre secuencia de Roma de Fellini, donde las autoridades eclesiásticas asisten a un insólito desfile de modas para opinar sobre los próximos trajes de los miembros del staff de la iglesia. “Hay una fuerte conexión con la alta costura, la persona del clero quiere estar hermosamente vestida porque es una manera de venerar a Dios”.

Müller tiene varios años inmersa en el imaginario de la casa italiana, la primera edición de la exposición estaba prevista para abrir en 2020, pero se retrasó por la pandemia. Müller ha contribuido a más de 150 exposiciones en todo el mundo, entre ellas *Christian Dior: Designer of Dreams* en el Musée des Arts Décoratifs de París, una de las exposiciones de moda más visitadas de la historia, así como retrospectivas sobre Yves Saint Laurent, y Carla Fernández con *Casa de Moda: A Mexican Fashion Manifesto* para el Denver Art Museum.

La ópera es el gran final de la exposición. Los vestidos, provenientes de distintas colecciones, están inspirados en diversas óperas: *La Traviata*, *El barbero de Sevilla*, *Norma*, *Turandot*, *Madama Butterfly*, *Cavalleria Rusticana*, la última inspirada en las tradiciones sicilianas, razón por la cual muchos de sus desfiles comienzan con su música. Este es el momento donde las ropas salen de Italia, inspiradas en los personajes americanos, asiáticos, franceses que protagonizan las obras que los diseñadores ven con regularidad en La Scala de Milán. “Hay algo ocurriendo en un escenario que es muy parecido a lo que ellos hacen. Ellos le ofrecen a sus coleccionistas la posibilidad de comprar una obra de arte, pero también convertirse en una obra de arte. De cierta forma, los clientes de Dolce & Gabbana están en el escenario.”

Coreografía espacial

Calder Gardens convierte la arquitectura en instrumento para experimentar equilibrio, ligereza y tiempo. Con las palabras de MARÍA VILLARREAL.



OBRAS EN
MOVIMIENTO
Arriba: *Polygons on
Triangles* (1963),
Calder Foundation,
New York. En página
opuesta: *Jerusalem
Stabile II* (1976),
Calder Foundation,
New York, Donación
del Philip &
Muriel Berman
Foundation, 2005.



EN EL CORAZÓN CULTURAL de Philadelphia, los Calder Gardens proponen una forma distinta de aproximarse al museo monográfico. Dedicado a la obra de Alexander Calder, el proyecto no se limita a reunir esculturas emblemáticas, sino que construye un entorno específicamente pensado para dialogar con ellas. La pregunta no es solo qué mostrar, sino cómo hacerlo sin traicionar la esencia de un artista cuya práctica estuvo siempre vinculada al movimiento. En lugar de celebrar únicamente la iconografía de los móviles, el museo propone comprender el pensamiento estructural que los sostiene.

El edificio se concibe como una secuencia de galerías y jardines interconectados, articulados por la luz natural y por una circulación fluida. No busca imponerse como objeto icónico dentro del paisaje urbano, sino funcionar como un marco preciso. La materialidad sobria y las proporciones contenidas permiten que las esculturas respiren. En lugar de dramatizar la experiencia, la arquitectura crea las condiciones para que el visitante perciba con claridad las relaciones de peso,

equilibrio y suspensión que definen el trabajo de Calder. La altura de las salas, la escala de los vanos y la manera en que la luz descende desde arriba están calibradas para no interferir con la lectura de las piezas.

Sin duda, uno de los aspectos más interesantes del proyecto es su relación con el exterior. Los jardines no operan como simple receptor decorativo, sino como parte integral de la experiencia. La transición entre ciudad y museo es gradual. Se pasa de la escala urbana a un entorno más íntimo donde el tiempo parece desacelerarse. Esa decisión no es menor. Preparar el cuerpo y la mirada antes de entrar en contacto con las obras modifica la manera en la que se experimentan. El paisaje actúa como una pausa sensorial que ajusta la percepción y permite que el movimiento más sutil cobre relevancia.

En el interior, la instalación evita la cronología rígida y la acumulación excesiva. La selección y disposición de las piezas responde a una lógica espacial más que histórica. El visitante se desplaza entre obras que requieren distancia, otras que invitan a rodearlas, algu-

nas que interactúan con corrientes de aire sutiles. La arquitectura entiende que el movimiento no es solo un atributo de las esculturas, sino también del espectador. El recorrido propone momentos de apertura y otros de concentración, generando un ritmo que acompaña la experiencia sin imponerla.

Desde una perspectiva crítica, Calder Gardens plantea una posición clara frente a la arquitectura cultural contemporánea. En lugar de competir con el arte mediante gestos llamativos, el edificio asume un rol de acompañamiento. No se diluye, pero tampoco domina. En un contexto donde muchos museos se convierten en imágenes antes que experiencias, esta contención es significativa.

Más que un espacio contenedor de obra, Calder Gardens funciona como dispositivo de percepción. Articula espacio, luz y paisaje para amplificar las cualidades fundamentales del trabajo de Calder. El resultado es un proyecto que equilibra información, contemplación y arquitectura con una intención coherente: permitir que el movimiento siga siendo el verdadero protagonista.



EL ARTE DE LO USUAL

En 1917, Marcel Duchamp envió su obra *La Fuente* a la Sociedad de Artistas Independientes de Nueva York: un urinario firmado con su seudónimo R. Mutt. Hace exactamente 109 años, la historia del arte cambió para siempre... Con las palabras de ANTONIO QUIROZ.

REFLEXIONES

Abajo: *Fountain*, 1950 (réplica de la original de 1917). En página opuesta: fotografía de Marcel Duchamp.



¿Es un urinario arte? ¿Y una rueda de bicicleta montada sobre un banco, o una postal de la Mona Lisa con un bigote pintado y un acróstico debajo? Con gestos aparentemente simples, Duchamp introdujo el humor en un campo dominado por la seriedad y la maestría técnica, cuestionando de paso la noción del artista como genio —tan arraigada en la conciencia artística occidental—. Más aún, se permitió formular preguntas incómodas pero fundamentales, hoy casi inevitables: ¿el arte es únicamente ejecución técnica o puede ser también una idea, una elección, un gesto de desplazamiento conceptual del artista?

Al seleccionar objetos encontrados, ya fabricados, y situarlos en un nuevo contexto, Duchamp transformó lo cotidiano en problema estético. Así nacieron los *readymades*, obras que hoy consideramos icónicas y que alteraron de manera radical el paisaje artístico de su tiempo. No es casual que, en 2004, un sondeo realizado entre cerca de 500 críticos e historiadores del arte situara *La Fuente* como la obra más influyente del siglo XX.

Al desafiar la definición misma de obra de arte, Duchamp sentó —casi sin proponérselo— las bases de lo que más tarde se conocería como arte conceptual. La primacía de la idea sobre el objeto, concepto medular en sus *readymades*, se convirtió en uno de los principios más fértiles del arte contemporáneo. Desde mediados del siglo XX hasta nuestros días, su influencia ha atravesado generaciones de artistas, consolidándolo como una de las figuras más determinantes de la cultura visual moderna. Sin embargo, su presencia en el imaginario de las generaciones más jóvenes no siempre resulta tan evidente. A casi seis décadas de la muerte del artista, la exposición *Marcel Duchamp*, curada por Ann Temkin, Michelle Kuo y Matthew Affron, constituye la primera gran retrospectiva dedicada a su obra en más de cincuenta años. La muestra permitirá al público del siglo XXI —y especialmente a las nuevas generaciones— recorrer la amplitud de su producción a lo largo de seis décadas, desde la pintura y el dibujo

hasta el cine, la fotografía y la gráfica. Si bien muchos de sus *readymades* se han perdido, destruido o simplemente desaparecido con el tiempo —circunstancia que sólo permite reforzar su carácter conceptual—, la exposición reunirá aquellos que aún se conservan.

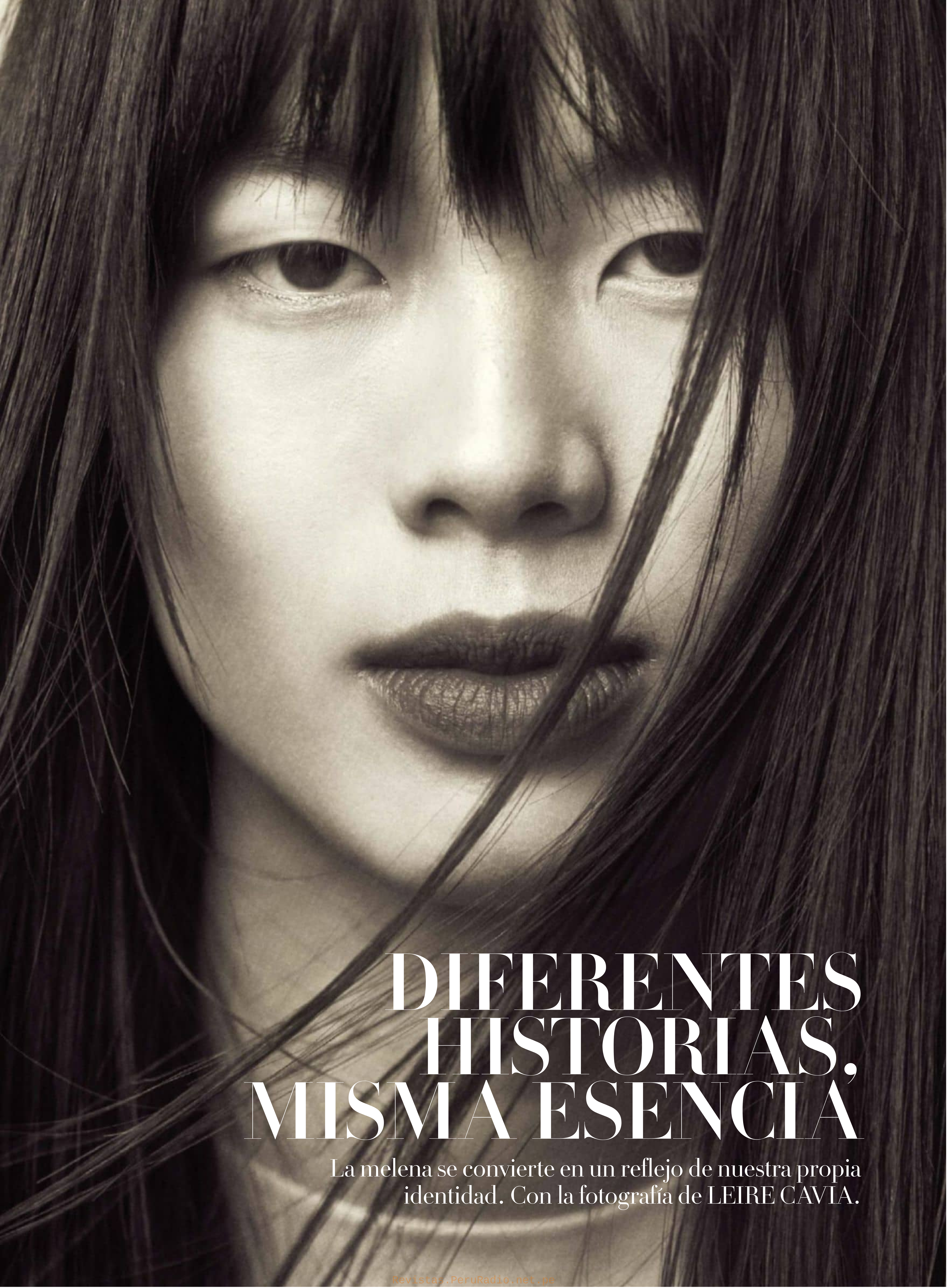
Organizada por el Museo de Arte Moderno de Nueva York y el Museo de Arte de Filadelfia, la exhibición abrirá sus puertas del 12 de abril al 22 de agosto en el MoMA. Una oportunidad excepcional para reencontrarse con la obra de un artista que no sólo cambió la historia del arte, sino también la manera misma de formular la pregunta fundamental: ¿qué puede ser arte?

Más que una mera revisión histórica, esta necesaria retrospectiva nos invita a reconsiderar la actualidad de las preguntas formuladas por el artista hace más de un siglo. En un momento en que el arte continúa expandiendo sus límites hacia lo performativo, lo conceptual y lo digital —generado incluso por IA—, volver a Duchamp equivale a retornar al punto de partida de muchas de esas exploraciones: el instante mismo en que el artista comprendió que el acto creativo puede encontrarse no sólo en la técnica, sino también en la idea, en su concepción a partir de una serie de objetos.



UN GIRO ELEVADO
*Los peinados tienen
una regresión a las
décadas anteriores,
donde la elegancia era
parte del código diario.*





DIFERENTES HISTORIAS, MISMA ESENCIA

La melena se convierte en un reflejo de nuestra propia
identidad. Con la fotografía de LEIRE CAVIA.

Para renovar tu melena, es importante tener aquellos tratamientos apropiados en tu rutina capilar y estilo de vida.



TOQUES ESTIVALES
Desde la izquierda: *Sérum Vitamino Color Spectrum*, de L'ORÉAL PARIS; *Tratamiento capilar, Dercos Collagen 17 Filler*, de VICHY LABORATOIRES; *óleo capilar Absolut Repair Molecular Oil*, de L'ORÉAL PARIS; *aceite nutritivo Glaze Drops*, de KÉRASTASE; *Miraculous Oil* de AVEDA.

ENTRE LOS
HILOS

*Nuestra melena
siempre ha hablado
mucho de quiénes
somos en esencia.
En este reportaje:
estilista, Luis
Carmona; MUA y
peinado, Rodrigo
Galo; asistente de
fotografía, Víctor
Fuentes; asistente de
estilismo, Mariana
Meza; asistente de
peinado y
maquillaje, Marta
Riveos; modelos,
Polina Dvoretzka/
UNO Models;
Carmen Garitano/
UNO Models; Mei
Ruiz/ UNO Models;
Arthur Roy/ Fifth
Models; Paula Segu/
Sight Management.*



HUELLA infantil

La infancia deja patrones que seguimos repitiendo sin notarlo. Entenderlos es el primer paso para cambiar la historia. Con las palabras de CAMILA COLINA y el arte de CAROL RODRÍGUEZ.

Infancia es destino. Así es como el psicoanalista mexicano Sergio Ramírez tituló uno de sus libros (publicado por la editorial Siglo XXI), inspirado en la teoría que Freud plantea en su trabajo *Recuerdo, repetición y elaboración*. Hoy en día, muchos elementos teóricos de ambos autores se consideran obsoletos debido a los prejuicios sociales de sus tiempos, pero hay varias ideas que vale la pena traer al presente para reelaborar con un lente más crítico. Y una de ellas es la idea de que nuestra infancia, efectivamente, marca nuestro destino.

Cuando Freud comenzó a explorar la vida interna de sus consultantes en el diván, se dio cuenta de que la gran mayoría cumplía un patrón: hábitos que, a pesar de afectar su vida diaria, continuaban repitiendo sin entender por qué. A partir de esta observación, el psicoanalista austriaco se dio cuenta de que, como mecanismo de defensa, las personas reprimen recuerdos complejos. Sin embargo, el olvido no los hace desaparecer. Lo vivido se aprende y se repite, aunque el recuerdo esté explícitamente ausente. Por eso, gran parte del proceso terapéutico consiste en aquello que Freud propone en su título: a) hacer conciencia de la repetición de los patrones, b) investigar a qué recuerdo o a qué etapa de la vida nos remiten y c) reelaborar ese recuerdo para actualizarlo a las circunstancias actuales.

Un ejemplo simplificado: a) cada vez que mi pareja deja de contestarme siento que me va a abandonar; b) en mi familia había inconsistencia en el afecto que me mostraban; c) hoy en día soy una adulta autosuficiente y, por ende, no puedo ser abandonada. Me tengo a mí.

Años después, la neurociencia nos confirma que los caminos neuronales se crean a través de la repetición, y aunque la neuroplasticidad nos permite generar nuevos patrones a lo largo de toda la vida, lo primero que tenemos que hacer es entender cuáles son los mecanismos que

repetimos constantemente para comprender de dónde vienen, cómo nos afectan y entonces poder reelaborarlos para crear una vida distinta a la que nos enseñaron en los primeros años de vida, cuando las acciones que repetíamos para sentirnos a salvo eran automáticas. Es complejo generalizar, porque los hábitos que desarrollamos como mecanismos de defensa son únicos para cada persona; por eso el proceso terapéutico es individual.

Sin embargo, independientemente de los mecanismos de defensa que hayamos creado para sobrevivir y de a qué recuerdos o patrones de la infancia estén asociados, lo importante es resignificarlos con todas las herramientas y todo el conocimiento que tenemos en la edad adulta. Y con esto no me refiero a repetir sandeces como “si no hubiera vivido eso no sería quien soy hoy”, porque las experiencias dolorosas no son las que nos hacen resilientes; son nuestros recursos internos los que nos permiten sobrevivirlas.

Con resignificar y reelaborar esos hábitos y esos recuerdos me refiero a considerarlos como lo que son: mecanismos que nos ayudaron en su momento, pero que ya no necesitamos porque hoy tenemos alternativas. Agradecer no a la situación dolorosa por “hacernos fuertes”, sino al mecanismo de defensa por mantenernos a salvo cuando no teníamos otra opción, y elegir conscientemente un camino distinto y más amoroso.

Quizá tener un crítico interno punitivo fue necesario en medio de la incertidumbre. Quizá aprendimos a esperar siempre lo peor porque crecimos con cuidadores que hablaban desde el miedo. Pero hoy tenemos algo que entonces no teníamos: distancia. Distancia para mirar el pasado sin repetirlo. Distancia para agradecer los mecanismos que nos protegieron y, al mismo tiempo, elegir otros nuevos. Porque si la infancia deja huella, la conciencia tiene la capacidad de transformarla.

*PATRONES
INVISIBLES
Entre Freud,
neurociencia y
experiencia adulta,
entender nuestros
patrones puede ser
la clave para dejar
de repetirlos.*



TRAZO natural

Color, textura y cuidado dialogan con su origen en fórmulas que respiran con intención. Con el arte de STEPHANIE RAMÍREZ.

ORIGEN APLICADO
En sentido horario,
desde arriba: Cream
Blush, de TATA
HARPER; primer
luminoso Inicia, de
AORA MÉXICO;
The Shampoo, de
NECESSAIRE;
Seabiotic Water Cream,
de OSEA; Glowzy
Super Gel, de SAIE;
Super Serum Skin Tint
SPF 40, de ILIA.



ARTE: @WNOEH. ARTÍCULOS DISPONIBLES EN TIENDAS EN COMO OLIVINE Y SITIOS WEB.

VOGUE

TENDENCIAS, MODA Y

ESTILO

EN UN SOLO LUGAR



52 55 5062 3746 | suscripciones@condenastamericas.com | www.suscripciones.condenastamericas.com

AL
MA
VI
VA

La trayectoria de Cristina Mittermeier, en diálogo con iniciativas como Perpetual Planet, redefine la fotografía como herramienta estratégica para proteger el océano y replantear nuestra relación con el planeta. Con las palabras de MARÍA VILLARREAL.



CRISTINA MITTERMEIER (2006), *LADY WITH THE GOOSE II*, CHINA.

Puede una imagen cambiar la forma en la que entendemos el planeta? Esta reflexión navega mi cabeza desde el momento en el que conocí a Cristina Mittermeier. No fue una epifanía, fue más bien una incomodidad persistente. La certeza de que mirar ya no podía ser un acto pasivo. Durante décadas, la ciencia ha recopilado datos, la política ha redactado acuerdos y el activismo ha marchado en las calles. Pero hay otra disciplina que ha transformado silenciosamente el movimiento ambiental: la fotografía. No como ornamento visual, sino como lenguaje emocional. No como ilustración, sino como argumento. Y quizá, en un momento histórico saturado de información y cifras alarmantes, necesitamos más que datos, relatos capaces de atravesar la indiferencia cotidiana.

La conocí una tarde en la oficina. No había nadie más. El silencio nos dio un margen raro, casi confidencial. Sin el ruido habitual de todo el equipo alrededor, sin micrófono ni una entrevista bien preparada, me contó de cómo llegó a hacer lo que hace. Una conversación guiada por la curiosidad. Antes de descubrir la cámara, se dedicó a la ciencia: ingeniería bioquímica en ciencias marinas. Sí, su fascinación por el océano nació en la ciencia, en la necesidad de entender los sistemas antes de intentar protegerlo. Ese orden lo cambió todo. Mientras hablaba, no había prisa en su voz, solo una claridad casi quirúrgica sobre las decisiones que la fueron acercando a este camino.

Mientras la escuchaba, entendí que su fotografía no nace del asombro superficial, sino del conocimiento profundo de los sistemas. Sabe cómo funcionan los arrecifes, qué implica la acidificación del océano, por qué una comunidad pesquera puede ser clave en la protección de una zona marina. Sus imágenes no son hallazgos espontáneos, son el resultado de años de investigación, expediciones y colaboración interdisciplinaria. Hay una ética del proceso en su trabajo que rara vez vemos cuando solo consumimos la imagen final en una pantalla.

Su carrera la ha llevado a más de 130 países y a todos los continentes, muchas veces en asignaciones especiales para National Geographic, que en 2018 la nombró Adventurer of the Year. Pero los reconocimientos, aunque son importantes, no explican del todo su influencia. Lo que la distingue es la



CRISTINA MITTERMEIER.



Cristina Mittermeier ha construido una carrera donde la estética no es destino, sino herramienta. Su obra demuestra que la sensibilidad, cuando se sostiene en ciencia, es influencia real.

coherencia entre lo que documenta y lo que impulsa. En 2005 fundó la International League of Conservation Photographers, dando estructura a una comunidad de narradores visuales comprometidos con causas ambientales. La fotografía dejaba de ser contemplativa para convertirse en una herramienta estratégica. No era solo capturar lo que desaparece, sino intervenir antes de que la pérdida sea irreversible.

Más adelante, junto al fotógrafo (y su esposo) Paul Nicklen, cofundó SeaLegacy, una organización que reúne a cineastas, fotógrafos y científicos para amplificar historias de conservación marina. Han liderado más de 45 expediciones, documentado más de 765 especies y capturado millones de imágenes. Pero más que cifras, lo que importa es la intención, cada campaña busca influir en políticas públicas, fortalecer áreas marinas protegidas o apoyar comunidades costeras. Esa combinación de narrativa, evidencia científica y estrategia mediática ha redefinido lo que entendemos hoy como activismo visual.

Actualmente, apenas el 8% de los océanos del mundo están protegidos.

Más de 100 países se han comprometido a alcanzar el 30 por ciento para 2030. En ese contexto, la narrativa visual se vuelve una herramienta diplomática. No se trata solo de conmover a través de la imagen, sino de cierta forma, generar presión informada.

En esa intersección entre exploración, ciencia y comunicación entra su colaboración con Rolex, a través de la Rolex Perpetual Planet Initiative, lanzada en 2019. Esta plataforma apoya proyectos enfocados en océanos, paisajes y ciencia, respaldando a exploradores y conservacionistas que trabajan por un futuro sostenible. Dentro de ese ecosistema, Mittermeier actúa como una voz que traduce expediciones y datos en conciencia colectiva.

El apoyo de Perpetual Planet no es un simple patrocinio estético. Ha permitido documentar con la mejor tecnología, desde equipos de buceo avanzados hasta programas de restauración de arrecifes, historias que de otra forma permanecerían invisibles. En colaboración con iniciativas que van desde Mission Blue hasta proyectos de restauración coralina, la narrativa visual se integra a



Entre ciencia y narrativa visual, la trayectoria de Cristina Mittermeier redefine la conservación como un acto colectivo y muy humano.

esfuerzos científicos concretos.

Hay algo particularmente poderoso en que una marca históricamente asociada con la exploración haya evolucionado hacia la protección del planeta. Ese desplazamiento simbólico refleja también la transformación del ambientalismo contemporáneo. Ya no se trata solo de descubrir; hay que preservar todo lo que conocemos. Y en ese giro tan específico, la fotografía de Mittermeier funciona como un puente de conexión.

Ella misma lo dice: “la fotografía es un lenguaje universal con un poder inigualable para inspirar acción. Fue la primera mujer fotógrafa en alcanzar un millón de seguidores en Instagram, y aunque ya rebasó el millón y medio, lejos de tratarse de una cifra como trofeo digital, refleja la comunidad de defensores y personas impactadas. En una era saturada de imágenes, logró que la audiencia no solo mire, sino que se movilice”.

Su influencia también se extiende



EXPLORANDO POSIBILIDADES

En sus retratos, la conversación se vuelve íntima. Gestos cotidianos que contienen territorio, memoria y pertenencia. La identidad aparece como acto silencioso de preservación.



Para Mittermeier, el mar es un sistema vivo: un territorio interconectado donde cada especie, corriente y comunidad humana participa en un equilibrio imprescindible.

CRISTINA MITTERMEIER (2016),
EGG YOLK JELLYFISH, SALISH SEA.



a espacios de decisión global. Ha sido oradora en la Convención sobre la Diversidad Biológica, en la Conferencia de los Océanos de la ONU y en el Foro Económico Mundial en Davos, donde llevó un mensaje optimista, sin dejar de ser firme. En 2021 recibió la Medalla Sylvia Earle del Seattle Aquarium por tres décadas de periodismo valiente. Son escenarios distintos, pero la narrativa es la misma.

En 2024 publicó *Hope*, un libro apoyado por Rolex que reúne algunas de sus imágenes más emblemáticas. El título no es ingenuo. En medio de un discurso ambiental muchas veces dominado por el colapso, ella insiste en la resiliencia. No desde la negación, desde la evidencia de comunidades y ecosistemas que, cuando se les da la oportunidad, responden.

Reflexionar críticamente sobre su trabajo implica reconocer la tensión constante entre estética y urgencia. Existe el riesgo de que la belleza suavice la gravedad de la crisis. Pero, en su práctica, la belleza es una estrategia consciente. Si logramos que alguien se enamore de un arrecife o de la mirada de una ballena, aumentan las probabilidades de que nazca la necesidad de sentir que se deben proteger. La emoción abre la puerta para que la información la mantenga abierta.

Lo que entendí a partir de ese día es que su aporte no es solo visual. Es estructural. Ha demostrado que la conservación necesita alianza entre ciencia, comunicación, empresas, comunidades locales y jóvenes activistas. Ella mentoriza nuevas generaciones, anima a pescadores a participar en agendas de conservación y edita libros que traducen complejidades ecológicas en narrativas accesibles. Su trabajo busca crear una colaboración capaz de sostener cambios a largo plazo.

En un mundo donde la crisis climática puede parecer abrumadora, su trabajo insiste en la agencia. No somos espectadores externos. Somos parte del sistema. Y la forma en que elegimos mirar determina, en parte, la forma en que actuamos.

Tal vez por eso sigo volviendo a esa pregunta inicial. ¿Puede una imagen cambiar la forma en que entendemos el planeta? Después de escucharla hablar en aquel espacio silencioso, después de recorrer su trayectoria, desde la ciencia a las expediciones globales, desde la fundación de organizaciones a su papel dentro de Perpetual Planet, la respuesta ya no me parece idealista. Me parece estratégica. Y profundamente necesaria.

Ecos de Whitehall



Un recorrido por Raffles London at The OWO, un edificio que reaparece en el corazón de la ciudad, mezclando arquitectura, diseño y energía urbana.

Hay edificios que parecen haberlo visto todo. En Londres eso no es una metáfora exagerada. La ciudad cambia, se moderniza, se llena de nuevas voces, pero sus fachadas siguen ahí, firmes, observando. En Whitehall, entre ministerios y pasos ceremoniales, el antiguo Old War Office encontró una nueva vida como Raffles London at The OWO. Y lo interesante no es solo que hoy sea un hotel, sino cómo logró transformarse sin borrar lo que fue antes.

El edificio se terminó en 1906 y durante más de un siglo fue un centro clave de la administración británica. Aquí trabajó Winston Churchill; aquí se tomaron decisiones que influyeron en conflictos y estrategias que marcaron el siglo XX. Durante años, su interior fue un laberinto de oficinas, papeles clasificados y pasos apresurados. No era un lugar pensado para el público, sino para la operación silenciosa del poder. Esa memoria todavía se percibe en la escala de los pasillos y en la gravedad contenida de sus salones.

La renovación fue profunda y paciente. No se trató de cubrirlo todo con cosas que parecieran lujo contemporáneo, sino entender el peso que este lugar tenía. Se restauraron mosaicos originales, se conservaron las escaleras de mármol, se limpiaron molduras que habían visto pasar generaciones. La arquitectura sigue siendo monumental, con techos altos y proporciones casi teatrales, pero ahora hay luz, textura y una sensación distinta: más vida.

Entrar hoy al OWO es experimentar esa transición en tiempo presente. Las antiguas oficinas se convirtieron en habitaciones y suites amplias, muchas con vistas a Horse Guards Parade o a los árboles de St James's Park. Desde las ventanas se siente el ritmo particular de esta parte de Londres: guardias cruzando las avenidas, turistas caminando hacia el Palacio de Buckingham, ejecutivos apurados rumbo a Westminster. El hotel no está aislado del entorno, está completamente inmerso en él.

Whitehall es un vecindario cargado de simbolismo. A unos minutos se encuentra el Parlamento, el río, Trafalgar Square, el West End. Es una zona donde lo histórico convive con lo cotidiano. Por



DONDE VIVE LA HISTORIA

Los restaurantes en Raffles London at The OWO ofrecen desde cocina británica contemporánea hasta propuestas globales, celebrando el escenario cultural de Londres.

la mañana puede parecer solemne; por la noche, cuando las luces bajan y el tráfico desaparece, puede parecer casi una escena de cine. Quedarse aquí cambia la percepción de la ciudad, no solo como punto turístico, es una base desde la cual se entiende la estructura de la ciudad.

Dentro, el diseño equilibra respeto y actualidad. Los espacios comunes mantienen la escala imponente del edificio original, pero se sienten habitables. Hay restaurantes que atraen tanto a huéspedes como a londinenses, un bar que hace guiño discreto al pasado de espionaje del lugar, y un spa que ocupa varios niveles subterráneos, casi como un refugio bajo la ciudad. Todo fluye con naturalidad, sin exceso decorativo

ni dramatismo innecesario.

Lo que distingue a Raffles London at the OWO no es solo su historia, sino su manera de integrarse al presente. Londres es una ciudad que siempre está en conversación consigo misma, que avanza sin desprenderse del todo de sus capas anteriores. Este edificio refleja eso con claridad. No intenta reinventar la ciudad; se suma a ella.

Al final, este lugar no se trata solo de dormir en un hotel emblemático. Es habitar un espacio donde el pasado todavía se percibe en los detalles, pero donde la experiencia es plenamente contemporánea. Y en una ciudad como Londres, esa combinación es, quizá, la forma más honesta de lujo. —M.V.G.



RYAN RAY.

Nupcias caribeñas

En Casa de Campo, Linnette y Kurt celebraron una boda íntima donde la arquitectura de Altos de Chavón y el ritmo caribeño marcaron el inicio de una nueva etapa. Con las palabras de MARÍA VILLARREAL.



VOTOS TROPICALES

En Altos de Chavón, la ceremonia se enmarcó entre piedras y flores diseñadas por Rita Experience. La organización de Claire Durán Weddings & Events y los vestidos personalizados de Alexis definieron una celebración elegante y profundamente personal.

Algunas historias de amor encuentran su escenario ideal casi sin proponérselo. Para Linnette y Kurt Gessler, ese escenario siempre tuvo nombre propio: Casa de Campo. Mucho antes del compromiso en Lake Como, antes del anillo y las velas encendidas frente al lago, ya sabían que, si algún día se casaban, sería ahí. Entre el verde expansivo y la arquitectura de piedra de Altos de Chavón, su historia encontró continuidad natural. Era un lugar que ya formaba parte de su memoria compartida, no solo un destino espectacular en medio de República Dominicana.

Los días previos a la boda fueron tejiendo una atmósfera perfecta, con encuentros frente al mar y cenas pensadas a la perfección, incluyendo una fiesta de bienvenida en Minutas Beach Club donde el blanco marcó el código visual y Linnette reinterpretó el icónico vestido de *How to Lose a Guy in 10 Days* (su película favorita) en una versión ligera y tropical. Pero, la verdadera celebración sería hasta un día después.

La ceremonia se celebró en la iglesia de St. Stanislaus of Cracovia, en Altos de Chavón, un espacio de piedra que no necesita demasiado para impresionar. La entrada floral, diseñada por Rita Experience, enmarcaba la puerta con una instalación en tonos marfil que parecía crecer desde la propia arquitectura. Cada detalle se acompañaba perfectamente.

Linnette caminó hacia el altar con un vestido que había imaginado desde el momento en que se comprometió. Desde el inicio supo que quería que la firma Alexis diseñara cada uno de sus looks de boda. Además de admirar su estética, los diseñadores y dueños han sido amigos de su familia durante décadas, y elegirlos fue también una decisión emocional. Alexis lo creó a la medida, respetando la esencia romántica que ella buscaba, pero adaptándolo al entorno. El encaje dialogaba con la textura del lugar y el escote, ligeramente modificado, le dio ese aire clásico que quería. Llevaba una pulsera de diamantes de su mamá, aretes nuevos de Patricia Robalino y algo azul

Celebrar una boda en el Caribe, evoca un encanto tropical, donde la historia y la naturaleza se encuentran orgánicamente.



ALTAR DOMINICANO

La iglesia de St. Stanislaus of Cracovia, en República Dominicana, ofreció un escenario de piedra y luz cálida que marcó el tono perfecto para una celebración que más tarde se transformaría en una fiesta inolvidable.

que no era accesorio sino presencia: Lourdes, su mamá, estuvo en cada decisión, en cada prueba, en cada detalle.

Kurt optó por un tuxedo hecho a la medida por Massimo Roma. Clásico, preciso, sin distracciones. En su mano llevaba la argolla que el papá de Linnette le heredó, un gesto que añadió una carga emocional imposible de fabricar o recrear. En ese intercambio de votos había historia familiar y legado, no solo promesas nuevas.

Después de la ceremonia, mientras los invitados caminaban hacia el anfiteatro para el coctel, los novios se tomaron un momento a solas. Mojitos, algo ligero de comer y el silencio necesario para empezar a asimilarlo todo. Ese pequeño paréntesis fue uno de los recuerdos favoritos de ambos. Fue el único instante del día donde el ruido desapareció por completo.

La recepción transformó el anfiteatro, sin quitarle carácter. Claire Durán Weddings & Events entendió desde el inicio que no se trataba de competir con el espacio, sino de amplificarlo. La iluminación, la producción y los arreglos florales crearon una atmósfera envolvente que se sentía cálida.

La entrada fue todo menos tradicional. *Believe* de Cher marcó el inicio y dio paso al primer baile, y lo que siguió fue una celebración que fue creciendo en intensidad.

Uno de los momentos más inesperados llegó cuando el tío

de la novia, Juan Luis Guerra, apareció para cantar junto a La Boba Band. *Muchachita Linda* acompañó el baile de padre e hija y convirtió la pista en un espacio cargado de memoria.

La fiesta continuó hasta casi el amanecer. DJ Korduroy tomó el control, la Hora Loca irrumpió con energía caribeña y Linnette cambió a un segundo vestido de encaje, también diseñado por Alexis. En algún punto de la noche decidió cortarlo para poder bailar mejor. Espontáneo, práctico y divertido, exactamente lo que se tenía pensado para la diversión.

Mantener la boda en una escala más íntima permitió algo que muchas veces se pierde: tiempo real con las personas que importan. Conversaciones largas, abrazos sin prisa, risas que no estaban dentro del programa. Cerca de las cinco de la mañana, Linnette le preguntó a Kurt dónde estaba todo el mundo. Ella seguía negada a que terminara.

Al final, lo que quedó fue una sensación de que todo tenía coherencia con su historia. Cada decisión, desde el lugar y la música hasta los vestidos y los invitados, respondía a algo real. No hubo nada innecesario, ni gestos vacíos. Hubo intención. En el destino que los vio enamorarse y al que volvieron una y otra vez durante su relación, Linnette y Kurt reunieron a las personas que más quieren para empezar esta nueva etapa exactamente donde siempre imaginaron hacerlo.



Hábito común en la Argentina, sur y sudoeste de Brasil, Paraguay y Uruguay, centro y sur de Chile... Tomar mate no es la misma cosa que tomar un café o un vaso de vino. Tomar mate requiere un clima, un tiempo, un ambiente espiritual definido", escribe Margarita Barretto al comenzar su clásico libro *El mate, su historia y cultura*. Y es que el mate, más allá de una geografía, agrupa un sentir.

El origen del mate se remonta a los guaraníes, quienes empleaban las hojas de yerba como bebida y moneda en sus intercambios. Caá en guaraní significa yerba, planta y selva. Para este pueblo, el árbol de la yerba mate era, más que nada, un regalo de los dioses. No obstante, fue en el Virreinato del Río de la Plata que los jesuitas perfeccionaron sus cultivos y este sabor herbal se volvió parte de la identidad del sur.

La técnica importa. El agua "debe estar caliente, pero no hirviendo. Se debe apagar el fuego cuando la pava empieza a chillar", advirtió alguna vez el poeta y escritor Amaro Villanueva, "el agua hirviendo quema la yerba". El resultado se percibe enseguida en el sabor y en el aroma que deja de expandirse en el aire. El equilibrio está presente; de ahí los pequeños recursos transmitidos entre generaciones: cuando el agua quedó demasiado caliente, se puede "ir volcando un chorrito bien fino de agua contra la bombilla, por el lado de afuera, a unos dos centímetros de la superficie de la yerba", de modo que el metal funcione como "tubo de refrigeración".

Su preparación es arquitectura. "Tres son los elementos básicos: la yerba, el mate y la bombilla." A ellos se suman otros implementos —la pava, la yerbera, el termo— que completan la escena gauchesca. En el Río de la Plata, se coloca la yerba hasta la mitad, se inclina el mate, se vierte agua caliente y "se va cebando, cuidando que el agua moje la yerba de abajo para arriba", señala Barretto. La bombilla se coloca con precisión, operación que algunos llaman "ensillar el mate". Después, la quietud: está prohibido moverla, ya que se altera la estructura.

El calor humano aparece cuando el mate empieza a circular. Generalmente, se prepara cuando hay un grupo pequeño de amigos o dentro del núcleo familiar. Sea el mate grande o pequeño, debe haber más de una persona para tomar con el debido respeto. La pausa es parte constitutiva. También lo es "la ronda": el mate presupone una determinada distribución física. Un círculo de confianza y de historias.

En esa ronda existe una figura clave: el

cebador. "Una de las personas, que no precisa ser necesariamente el anfitrión, será el cebador. Hasta acabar esa cebadura no habrá otro, porque 'mate que cambia de mano se echa a perder'", explica Barretto. La primera cebadura "no es rica", y por eso los más exigentes la escupen. El segundo mate se ofrece a quien se desea agasajar o al más cercano (en la vida o en el círculo).

El lenguaje utilizado obedece algunas reglas. "Otra aparente grosería del ritual es que no se dice gracias al recibir el mate: 'gracias' significa 'no quiero más'. La palabra, en este contexto, tiene valor técnico y marca el cierre del turno.

La dinámica describe un movimiento físico: un mismo objeto que pasa por distintas manos, en contacto continuo. Esa intimidad generó sospechas en otros tiempos.

Sabor a mate

Ritual y técnica, historia y ronda: el mate articula tiempo, lenguaje y comunidad en el sur de América Latina. Con el arte de STEPHANIE RAMÍREZ y las palabras de RAMÓN BARRETO.

En 1618, el gobernador español Hernández mandó a quemar una bolsa de yerba. Más tarde, algunos informes coloniales se quejaban de que los criollos "no se ocupan más que de conversar juntos, tomar mate y fumar un cigarro". Durante décadas, el mate fue asociado con la pereza. A comienzos del siglo XX, cuando la capital argentina buscaba aires europeos, quedó relegado al suburbio y al campo.

Pero persistió y se filtró en la literatura. "El mate compartido mide las horas vanas", escribió Jorge Luis Borges. En *Final del juego*, Julio Cortázar lo ubica entre discos de jazz y conversaciones largas, como parte de una escena doméstica que organiza la duración. Hoy vive junto al fútbol, entre el asado, los alfajores y la cumbia, ocupando un lugar en el pedestal rioplatense.

"Cebiar [mate] no es servir. Cebiar significa repartir alimentando, una acción en la que necesito poner una cuota de amor, de cariño y dedicación", afirmó Valeria Trapaga en una charla TED, la primera sommelier de mate de la Argentina. Y yo no podría estar más de acuerdo.



CEREMONIAL
El mate es más que una infusión. Es el resumen de legados, el testimonio de tiempo de vida y la ceremonia para degustar presentes, planear futuros y hacer el balance de lo pasado.

ETERNA
ELEGANCIA
La actriz argentina
Camila Morrone viste
un conjunto de
CHANEL que
combina feminidad
clásica y modernidad,
sello distintivo de la
casa francesa.



A mando

Observar la carrera cinematográfica de Camila Morrone, es contemplar una evolución que está en constante movimiento y que promete no detenerse; ni ahora, ni en el futuro. Con la fotografía de PAOLA KUDACKI, la realización de JESSICA GERARDI y las palabras FERNANDA PÉREZ.

R

evisar la filmografía de Camila Morrone es observar una transformación deliberada. La actriz estadounidense de padres argentinos, realizó un giro contundente en su carrera cuando intercambió las cámaras del modelaje, por las de filmación. Fue una decisión “infamemente difícil”, cuenta al recordar esos días. Es abierta sobre lo satisfecha que siente de haberlo hecho, pero también sobre lo que ha implicado abrirse camino: “la verdad es que la industria es despiadada e implacable, y no tiene ni pies ni cabeza sobre quién triunfa, por qué triunfa y por qué otros actores talentosos no llegan a ver la luz del día. Cuando me lancé y empecé a exponerme, audicionar y tomar clases, sabía que quería hacerlo como hago todo en mi vida: con todo mi corazón, enfoque y dedicación”. Cuando hablamos está en Praga, donde trabaja en la próxima adaptación de Netflix de *The Age of Innocence*. Han sido años de trabajo constante para llegar a producciones de este calibre.

Morrone visualizó un objetivo del que no ha apartado la mirada en ningún momento: ser “tomada en serio”, como ella describe, en la industria del entretenimiento. Su estrategia funcionó: trabajó como modelo para poder pagar clases de actuación y tener autonomía financiera; después apostó por papeles en películas independientes. *Never Goin' Back* (2018) y *Mickey and the Bear* (2019) forman parte de sus inicios, mientras que su primera película de gran escala fue *Death Wish* (2018), jun-

to a Bruce Willis. “No me limitaba a interpretar papeles superficiales. Fue entonces cuando empecé a ganarme el respeto de mis colegas y compañeros”, recuerda.

La actriz cuenta con una trayectoria sustanciosa. A sus 28 años, ya ha obtenido la atención de la crítica especializada con *Daisy Jones & The Six* (2023), la serie de televisión que le dio una nominación a los Premios Emmy y a los Critics Choice Awards en 2024. Entre éxitos y el orgullo de haber participado en estos proyectos, reconoce que la vida de un actor –castings, esperar llamadas y recibir negativas– requiere “mentalidad de atleta”. Habla de esto con una lucidez admirable: “Incluso cuando tienes la suerte de estar en la cima de tu carrera, siempre existe el miedo de que alguien más pueda tomar tu puesto, nunca está garantizado. Eres tan bueno como tus últimos trabajos, y eso es lo que realmente impulsa a muchos actores a seguir superándose y desafiándose, empezar siempre con un lienzo en blanco, lanzarse con pasión y darlo todo por un personaje. Es una especie de rueda de hámster: reinventarse y alcanzar el éxito o el respeto. Para mí eso es un proceso interminable”.

Camila es una mujer que no da nada por sentado y no es difícil llegar a esta conclusión. Se refleja también en su proceso creativo: nunca para de trabajar con coaches de actuación, acercarse a los directores y hacer preguntas. “El actor es, en muchos sentidos, la persona menos importante en el set”, dice,

DESENFADADA
Morrone luciendo
t-shirt vintage, en
JERKS; pantalón de
TOM FORD; briefs
de COUCOU
INTIMATES; zapato
de VERSACE.



ESPONTÁNEA
Morrone luciendo
chaqueta de
MCQUEEN. En
página opuesta:
chaqueta de
BALENCIAGA;
body vintage de Yves
Saint Laurent, en
CLOAK
WARDROBE.







*SILUETA
DESPREOCUPADA
Gabardina y zapatos,
todo de ALAÏA.*

Su transformación como actriz no acaba, más bien continúa... eso es lo que pasa cuando alguien está tan enfocado en mejorar su arte.

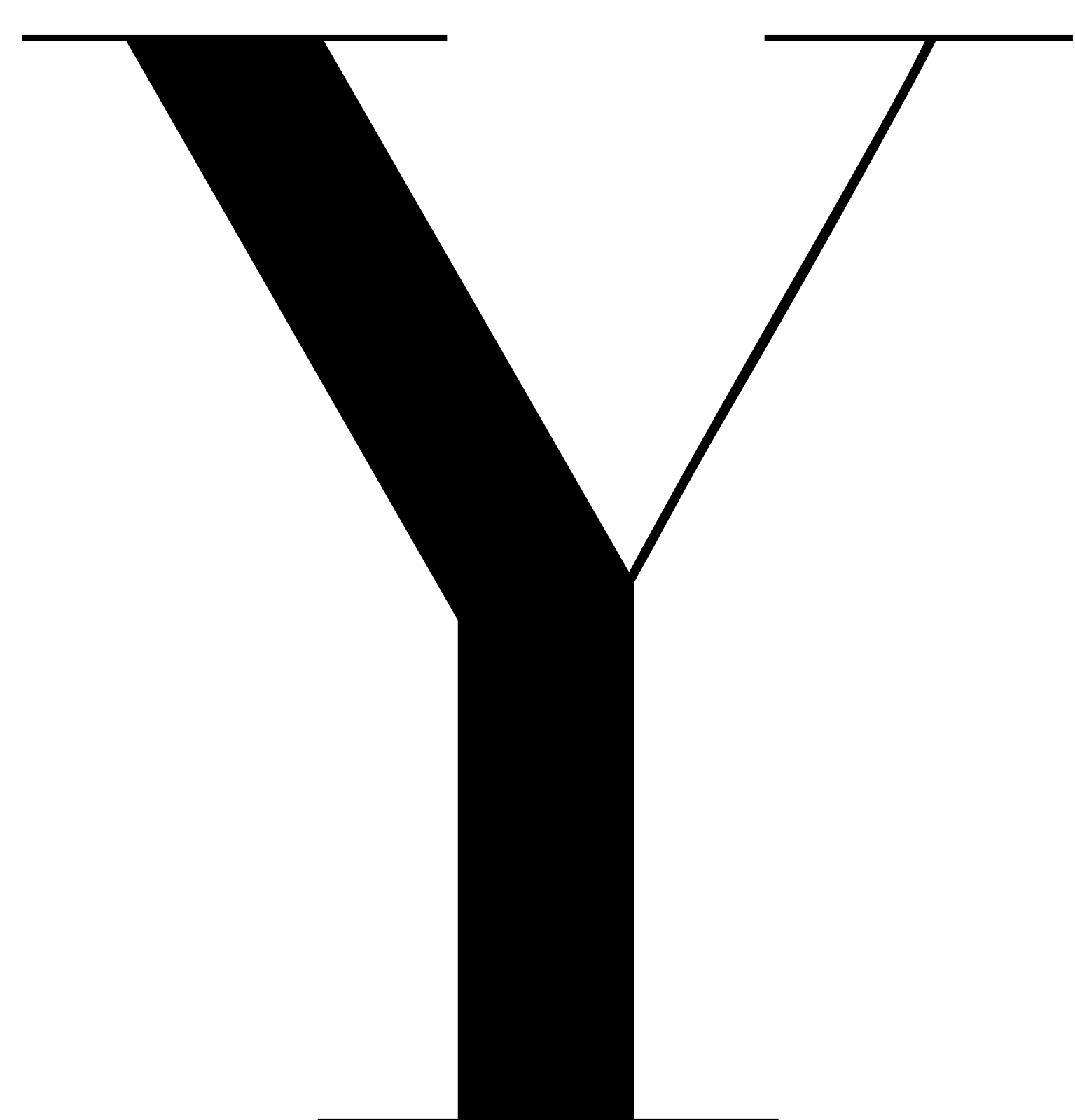
“hay tantas piezas en movimiento y es mucho más grande que una sola actuación. Es la culminación de todas estas personas que se unen para trabajar tan duro, todas con el mismo objetivo de crear arte hermoso. Así que siento que lo mínimo que puedo hacer como actriz es presentarme realmente preparada por respeto a las personas con las que trabajo”.

Esta consciencia (tan difícil de hallar en una industria como en la que trabaja y, por lo tanto, sumamente auténtica) también se nota cuando conversa sobre su origen. La infancia de Camila transcurrió sabiendo lo que son los reflectores junto a sus padres, los actores argentinos Maximo Morrone y Lucila Polak, quienes siguieron el sueño de una carrera en Hollywood mudándose a Estados Unidos. “Hicieron un gran trabajo al ayudarme a ser humilde, recordándome constantemente que es un gran privilegio ser un actor activo, y eso se me ha quedado grabado porque, en muchos sentidos, creo que ellos habrían deseado tener la carrera que tengo ahora. Así que llevo eso conmigo, como si quisiera honrarlos”.

Morrone está alcanzando espacios notables como una intérprete multicultural, “me siento afortunada de que mis padres me criaran hablando español, lo que me permitió asumir muchos más papeles y abrir las posibilidades de directores con los que puedo trabajar. Es como si hubiera cuadruplicado mi oportunidad de contar historias”. Lo dice por su papel en *Daisy Jones & the Six* y por su reciente participación en la segunda temporada de *The Night Manager* (2026), en ambas interpreta a mujeres de raíces latinas y, precisamente, habla en español.

El último gran paso en el camino de Camila es el de *Something Very Bad Is Going to Happen*, la serie que llegó a Netflix a finales de marzo con un importante respaldo creativo: escrita por Haley Z. Boston (una voz nueva en la televisión que ha creado episodios para series como *El gabinete de las curiosidades* de Guillermo del Toro); coproducida por los hermanos Duffer (*Stranger Things*); y dirigida por Weronika Tofilaska (*Baby Reindeer*). Es uno de los programas más interesantes del año, combina un humor inquietante, con suspenso y horror en una historia en la que Morrone interpreta a Rachel, una mujer a punto de casarse que comienza a tener dudas sobre su prometido y su escalofriante familia. Estuvo a punto de dejar pasar la audición por su trabajo en *The Night Manager*, pero una vez que la hizo, sintió una conexión instantánea con el personaje. “Soy una persona muy alegre, extrovertida, optimista, con mucha energía y buen humor. Me considero como un golden retriever en muchos sentidos. Soy bastante hiperactiva y habladora. Creo que cuando leí a Rachel pensé: ‘¡Guau! Es todo lo contrario a mí en muchos sentidos’. Es muy paranoica, un poco reclusa, introvertida, muy escéptica.

La serie tiene un enfoque oscuro, pero decididamente femenino que va en sintonía con su carrera; la actriz destaca la pluma de Haley Z. Boston, “era genial trabajar con una escritora con una voz tan potente. Veo muchos guiones que parecen escritos por computadora y son tan genéricos, que pude sentir el sarcasmo de Rachel, su comedia y su tono en las páginas; es la mezcla perfecta de todo lo que busco creativamente”.



es que desde sus primeros proyectos Camila trabajó esencialmente con mujeres detrás de cámaras, no porque así se lo haya propuesto, pero es algo que hoy agradece: “Creo que entré en la industria justo en un momento decisivo, cuando las mujeres empezaban a tener oportunidades que antes no existían. Alrededor del 80 por ciento de mi trabajo ha sido dirigido y creado por mujeres. Me siento muy afortunada de haber entrado en la industria en un momento en que esto se había vuelto más normal y en que más mujeres tenían oportunidades, porque no hay nada que me guste más que trabajar con ellas. Creo que es una conexión instintiva inherente a muchos niveles”.

Something Very Bad Is Going to Happen explora una incertidumbre muy humana: ¿la persona con la que pasarás el resto de tu vida es realmente la indicada? Con su personaje, Camila Morrone profundiza en este temor con una actuación que mantiene la intriga cada minuto de cada episodio. “Es una de esas preguntas existenciales instintivas que te haces. Escuchas historias de personas que se casan sin estar seguras de si están tomando la decisión correcta y se siente un miedo terrible”.

Mientras esta conversación transcurre, Camila está en la etapa final de la filmación de *The Age of Innocence*, basada en la

novela de Edith Wharton, creada por Emma Frost. Incluso después de un extenso día de rodaje (para ella es de noche desde la capital de República Checa), se filtra en su voz su entusiasmo. “Nunca he estado tan emocionada por un proyecto en mi vida, porque fue un rodaje muy dinámico, tanto física como emocionalmente”. Interpretará a Ellen, condesa de Olenska, una mujer alejada de las convenciones sociales. “Es un personaje muy pesado para interpretar. Muchas veces pensé: ‘Dios mío, nunca terminaré esto, ¿lo lograré?’”. Creo que haber pasado por un momento muy difícil lo hace aún más gratificante”.

Su transformación como actriz no acaba y quizá sea una evolución indefinida. Es lo que pasa cuando alguien está tan enfocado en seguir mejorando en su arte, “quiero ser íntegra y quiero seguir haciendo esto mientras tenga la oportunidad”, dice con determinación. Cuando piensa en el futuro y la forma en la que quiere recordarse a sí misma, la persistencia que revela a lo largo de toda la entrevista se intensifica: “Me encantaría mirar atrás, ya sabes, a mis 60, 70 y 80 años, y tener un repertorio cinematográfico muy diverso, con todo tipo de mujeres y personas, interpretando todos estos géneros y épocas diferentes. Me gustaría que pareciera un cuadro de Jackson Pollock, totalmente disperso y desordenado, pero poder recordar cada papel y decir: ‘Lo hice porque quería explorar esto’. Y estoy orgullosa de esa decisión, independientemente de si el proyecto fue un éxito o no”. No cabe duda de que, cuando alguien tiene tan claro hacia dónde va, lo demás cae por su propio peso, solo hay que ver el trabajo de Camila para comprobarlo.

AL NATURAL
Look de la colección
debut de Louise Trotter
para BOTTEGA
VENETA. En este
reportaje: peinado,
Shin Arima;
maquillaje, Yuki
Hayashi; asistentes de
foto, Tristen Ramírez,
Spencer Ostrander y
Alexander Sterling
Ryerson; asistente de
moda, Oscar Barragán;
digitalización, Isaac
Schell; producción,
Mary Goughnour/
MMXX Artists;
director de
entretenimiento, Sergio
Kletnoy; talento,
Camila Morrone.



VODAFONE GUARANTEE





¿A quién no le gusta un buen libro? Un elenco elegante de modelos, actores, editores, escritores, bailarines y poetas recorre Manhattan leyendo. Con la fotografía de SEBASTIÁN FAENA y la realización de STELLA GREENSPAN.

REPISA SUPERIOR
De izquierda a derecha: la modelo Bhavitha Mandava, con un look de VERSACE y pendientes de RETROUVAILLES, hojea un libro en la librería Argosy mientras Judith Lowry, quien junto con sus hermanas dirige la centenaria institución, arregla los estantes. La novelista Monica Datta, autora de la próxima publicación Nebraska, se encuentra leyendo un título.

*LECTURA RÁPIDA
Mandava, en LOUIS
VUITTON, dedica
un capítulo o dos a la
vida local, mientras
que la modelo Awar
Odhiang, quien luce
look de DIOR, se
pierde en el estreno de
la temporada: la
novela Lost Lambs de
Madeline Cash.*



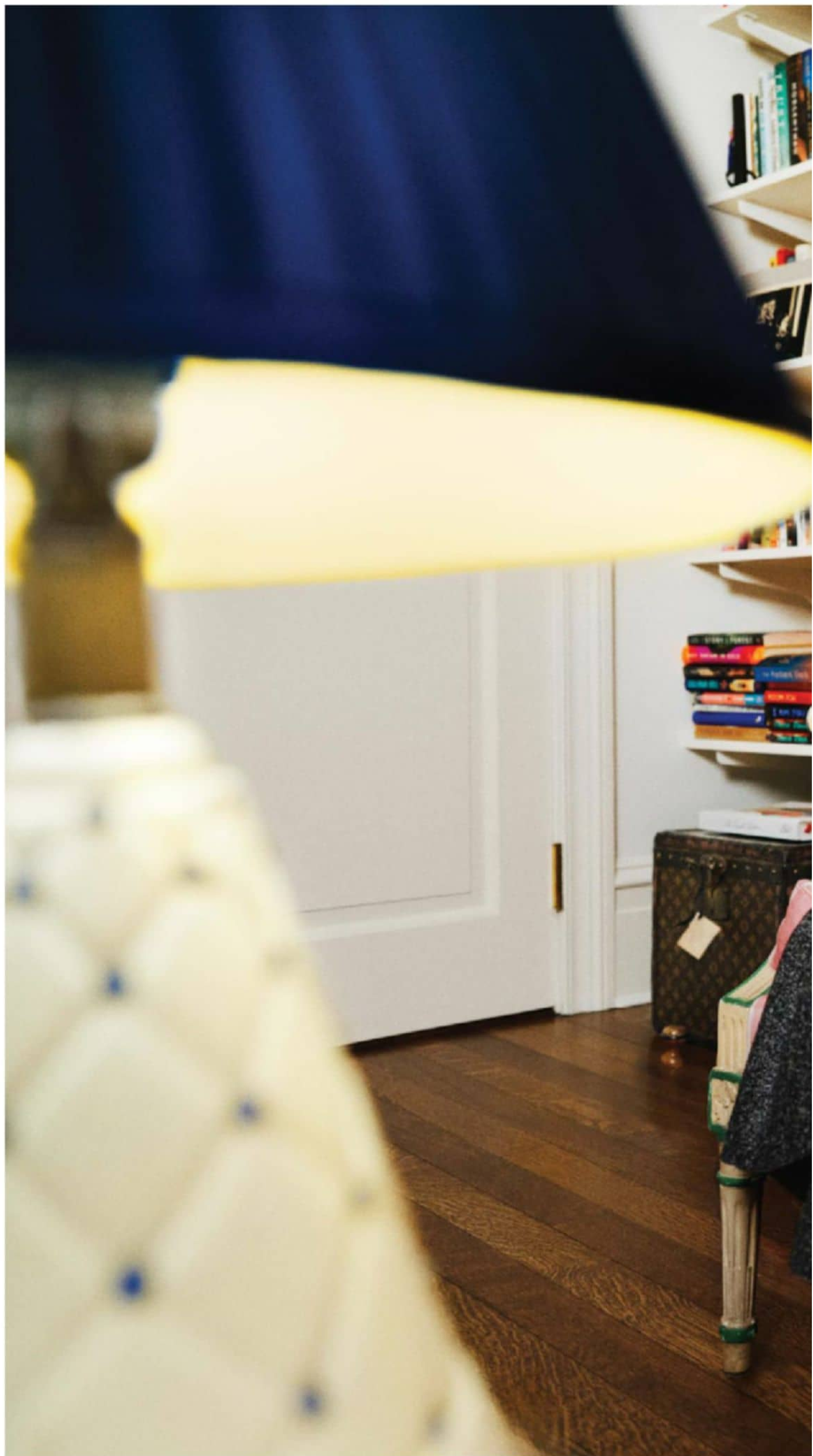


AL GRANO
 En una sala de ensayos
 del Lincoln Center,
 Odhiang—vestida de
 CHLOË; zapatos de
 ALAÏA; gafas de
 SELIMA OPTIQUE;
 anillos de
 RETROUVAÏ,
 MARLO LAZ,
 YVONNE LÉON,
 JADE RUZZO y
 MAISON MAYLE—,
 se sumerge en un
 ejemplar anticipado de
 la esperadísima novela
 policiaca de Patrick
 Radden Keefe, *London*
Falling. Mandava—en
 ALAÏA; zapatos de
 FERRAGAMO;
 anillos de JENNY
 BIRD—deja volar su
 imaginación con la
 novela debut de Saba
 Sams, *Gunk*. Mientras
 tanto, bailarines del
 New York City Ballet
 (de izda. a dcha.: Mia
 Williams, Kloe Walker,
 Emma Von Enck,
 David Gabriel y Jovani
 Furlan) cuentan sus
 propias historias.





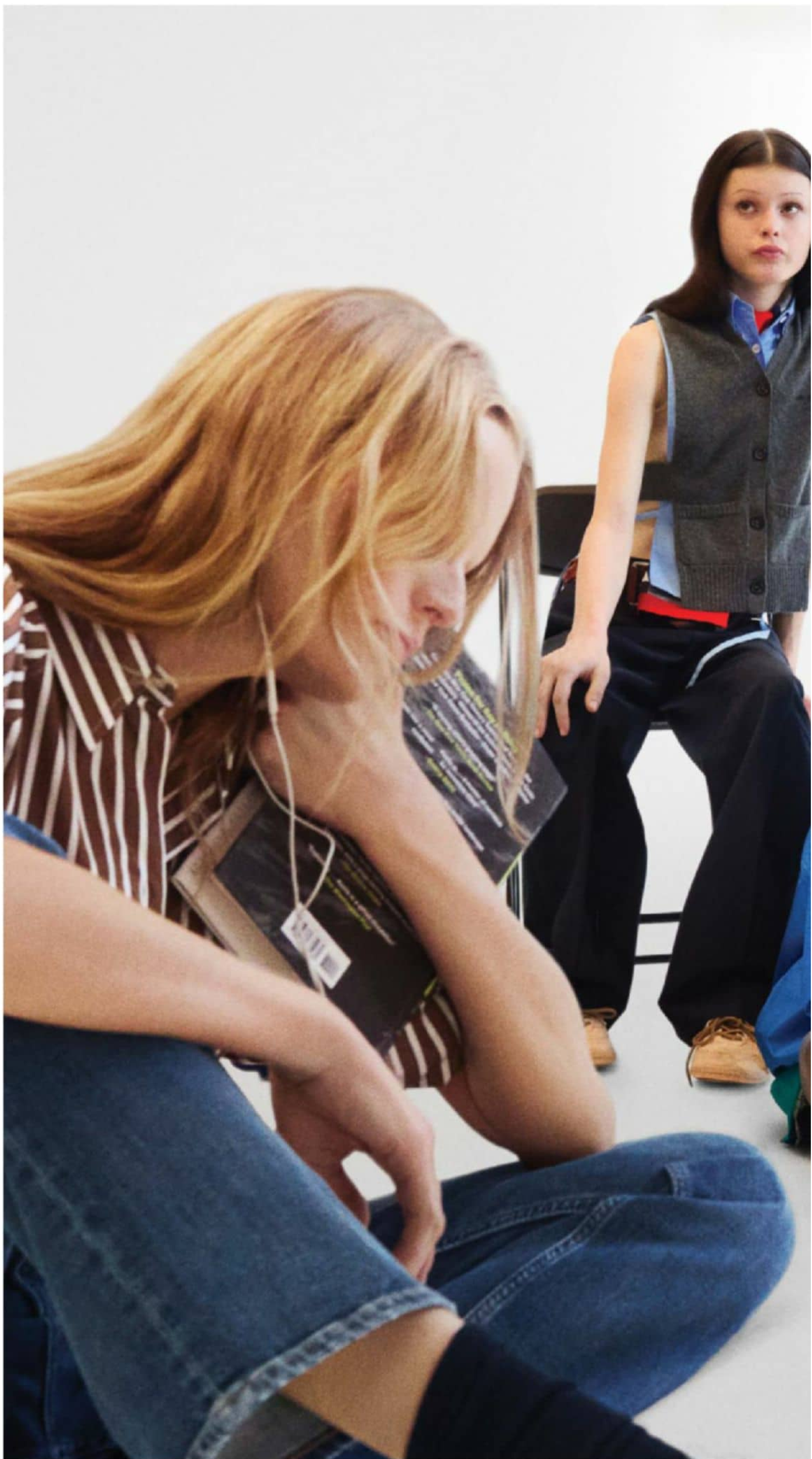
*LECTURA
EN CASA
Sarah Jessica Parker
tiene su propio sello,
SJP Lit en
colaboración con la
editorial Zando, y leyó
153 libros como jurado
del Premio Booker del
año pasado. Aquí, se
toma el tiempo para
saborear su próxima
novela, Country
People de Daniel
Mason (que, según
ella, es "lírica, alegre y
se siente como un
capullo"), en su casa en
el West Village.*





EN ESTA PÁGINA: PEINADO, JOSUÉ PÉREZ; MAQUILLAJE, MARIEL BARRERA.

HORA DE LLAMADO
 De izquierda a derecha:
 las modelos Hanne Gaby
 Odiele (con camisa de
 BRUNELLO
 CUCINELLI y
 pantalón de POLO
 RALPH LAUREN),
 Scarlett White (en look
 de MIU MIU), Odhiang
 (luciendo LOEWE y
 pendientes de TIFFANY
 & CO.), Valerie
 Scherzinger (en TORY
 BURCH) y Mandava
 (leyendo This Is Not
 About Us de Allegra
 Goodman y luciendo look
 de LII; gafas de JIMMY
 FAIRLY; zapatos de
 THE ROW; pendiente
 de TABAYER) mientras
 esperan en el set.





ALIMENTANDO
 EL ALMA
 La modelo Paloma
 Elsesser acaba de
 terminar la última
 novela de George
 Saunders, *Vigil*,
 mientras Mandava
 (inmersa en *Brawler*, de
 Lauren Groff) y
 Odhiang se ponen al día
 con sus propias lecturas
 (todas en looks de
 CHANEL; Elsesser y
 Odhiang con joyería de
 HEAVEN MAYHEM
 y TIFFANY & CO.).
 Disfrutando de todo en el
 legendario *Le Veau
 d'Or*, el bistró más
 antiguo de la Nueva
 York: la presidenta de la
 editorial Farrar, Straus
 and Giroux, Mitzi
 Angel, y su esposo, el
 aclamado poeta
 Frederick Seidel. En este
 reportaje: peinado,
 Tamara McNaughton;
 maquillaje, Jamal Scott;
 manicura, Mamie
 Onishi; producción,
 Petty Cash Productions.







TYRIQ WITHERS
Desde su gran participación en la serie de Donald Glover, Atlanta, Tyriq Withers, de 27 años, ha aparecido en tres películas de estudio consecutivas (su última, Reminders of Him, con Maika Monroe, se estrenó en marzo) y ha estado en las primeras filas en las semanas de la moda de París y Nueva York. Sueña con trabajar algún día con Barry Jenkins, pero mientras tanto lo está asimilando todo: "Cada día que me despierto es un momento de infarto, la verdad". Withers viste SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO; anillo de DAVID YURMAN.

NUEVAS CARAS

Los jóvenes actores y músicos a seguir en este momento están dando grandes pasos en su trabajo y, además, tienen un estilo vanguardista. Con la fotografía de TYLER MITCHELL y la realización de CARLOS NAZARIO.

*CHASE INFINITI
Hollywood se enamoró
rápidamente de Chase
Infiniti. Su primer
trabajo –un papel en la
serie de Apple TV,
Presumed
Innocent– fue seguido
por One Battle After
Another, de Paul
Thomas Anderson, por
la que recibió una
nominación al Globo
de Oro. Originaria del
Medio Oeste (la joven
de 25 años nació en
Indianápolis y estudió
la universidad en
Chicago), Infiniti ha
tenido que adaptarse a
la vida en Los Ángeles:
“Me acostumbré a
pasar tiempo conmigo
misma”, como ella lo ha
expresado, pero ahora
es el tema de la ciudad.
La actriz luce top de
LOUIS VUITTON.*



TRUE WHITAKER
Desde el principio, I Love LA de HBO tenía mucho que ofrecer: una creadora y escritora irónicamente divertida como Rachel Sennott; giros de figuras como Josh Hutcherson, Leighton Meester y Ayo Edebiri; pero la gran revelación fue True Whitaker, de 27 años. Originaria de Los Angeles y ahora residente en Nueva York, canalizó las absurdidades más divertidas de su infancia (el padre de True es, sí, Forest Whitaker) en el personaje de Alani, una nepo baby con un corazón de oro. En la lista de espera: Spring Breakers: Salvation Mountain y la segunda temporada de I Love LA. Vestido de RABANNE; zapatos de CHRISTIAN LOUBOUTIN; pendientes de CARTIER.

CONNOR STORRIE
*Connor Storrie está,
en una palabra, muy
ocupado. Desde el
estreno de Heated
Rivalry en noviembre
pasado, el joven de 26
años ha tenido
apariciones nocturnas,
invitaciones a la
semana de la moda e
incluso un puesto en el
relevo de la antorcha
olímpica. En el ámbito
laboral, Storrie pronto
aparecerá en la
película Peaked de
Molly Gordon, y ha
escrito y dirigido un
largometraje titulado
Transaction Planet.
En su (cada vez más
escaso) tiempo libre,
tiene tres cosas en
mente: "intentar hacer
música, mantener la
creatividad y
mantener los pies en la
tierra". Top de
PRADA; anillo de
DAVID YURMAN.*





MYHA'LA

Aunque Myha'la, de 29 años, es más conocida por interpretar a la fríamente calculadora (pero atractivamente vulnerable) Harper Stern en Industry, de HBO, desde 2020, son sus actuaciones anteriores—como la cineasta Pia, obsesionada con los crímenes reales, en Black Mirror, y la veinteañera, abierta, Ruth, en la adaptación de 2023 de Sam Esmail de la novela Leave the World Behind, de Rumaan Alam— las que demuestran que tiene el alcance y la perseverancia para hacer lo que quiera. Su último proyecto en cartelera: la comedia de terror de Kirill Sokolov, They Will Kill You. Delantal de MIU MIU; pendientes de ANITA KO.



DOMINIC SESSA
Dominic Sessa estaba en la preparatoria cuando debutó en The Holdovers, de Alexander Payne, junto a Paul Giamatti y Da'Vine Joy Randolph. En su nueva película, Tow, el actor de 23 años interpreta a un abogado en la historia real de una mujer de Seattle, interpretada por Rose Byrne, que lucha por recuperar su coche de una empresa de grúas. "Me regaló Vegemite", dice Sessa sobre Byrne. (¿Su crítica? "No muy buena"). Más recientemente, Sessa pasó mucho tiempo descascarando ostras mientras se preparaba para interpretar al joven Anthony Bourdain en el próximo filme, Tony. Sessa viste look de VERSACE. Cuidado personal, Melissa DeZarate.



WHITNEY PEAK
En el improbable caso de que te hayas perdido a Whitney Peak en el reboot de Gossip Girl de 2021, es probable que la hayas visto retozando en el video de Sabrina Carpenter para Nonsense. A continuación, verás a la actriz ugandesa-canadiense de 23 años, también embajadora de Chanel, en la comedia de atracos, 4 Kids Walk Into a Bank, y como Lenore Dove Baird en la esperadísima The Hunger Games: Sunrise on the Reaping. “Ha sido muy agradable ver a mis amigos y retomar un poco mi vida”, dice sobre su reciente descanso. “Pero hay muchas cosas que me emocionan este año”. Peak luce look de CHANEL; pendiente de CHANEL ALTA JOYERÍA.



PINKPANTHERESS
Aunque ha dicho que “no
busca el estrellato”,
PinkPantheress, cuyo
verdadero nombre era
Victoria Beverley
Walker, lo ha conseguido
de todos modos. Su
mixtape de 2025, Fancy
That, y un extenso álbum
de remixes, Fancy Some
More?, con artistas de la
talla de Anitta y Kylie
Minogue, figuraron en
todo tipo de listas,
catapultando a la
británica de productora e
intérprete de nicho a
estrella del pop nominada
al Grammy. Vestido y
pendientes, todo de
GIVENCHY BY
SARAH BURTON;
zapatos de JUDE; anillos
de BOUCHERON. En
este reportaje: para
Withers, Storrie, y
PinkPantheress: peinado,
Tsuki; maquillaje, Raoul
Alejandro; manicura,
Dawn Sterling; sastre,
Hasmik Kourinian/
Susie's Custom Designs.
Para Infiniti, Whitaker,
Myha'la, Sessa y Peak:
peinado, Sonny Molina;
maquillaje, Michaela
Bosch; manicura, Jin
Soon Choi; sastre, Thao
Huynh/7th Bone
Tailoring. Producción,
Rosco Production; diseño
de set, Heath Mattioli.

RETRATOS DE LA MEMORIA

Dos maestras y un maestro del arte mexicano nos abrieron las puertas de su estudio. Además de recibir un amplio reconocimiento internacional, estas personalidades comparten un privilegio único: la longevidad. Con la fotografía de MANUEL ZÚÑIGA y las palabras de RODRIGO ORTEGA ACOLTZI.



Graciela Ibarbide



Alfonso Ripert



Ricarda Poncio
s. 14



LA PRINCESA ROJA
Elena Poniatowska,
en su casa en la
Ciudad de México,
luce el huipil con el
que recibió el Premio
Cervantes 2013.

Elena Poniatowska,

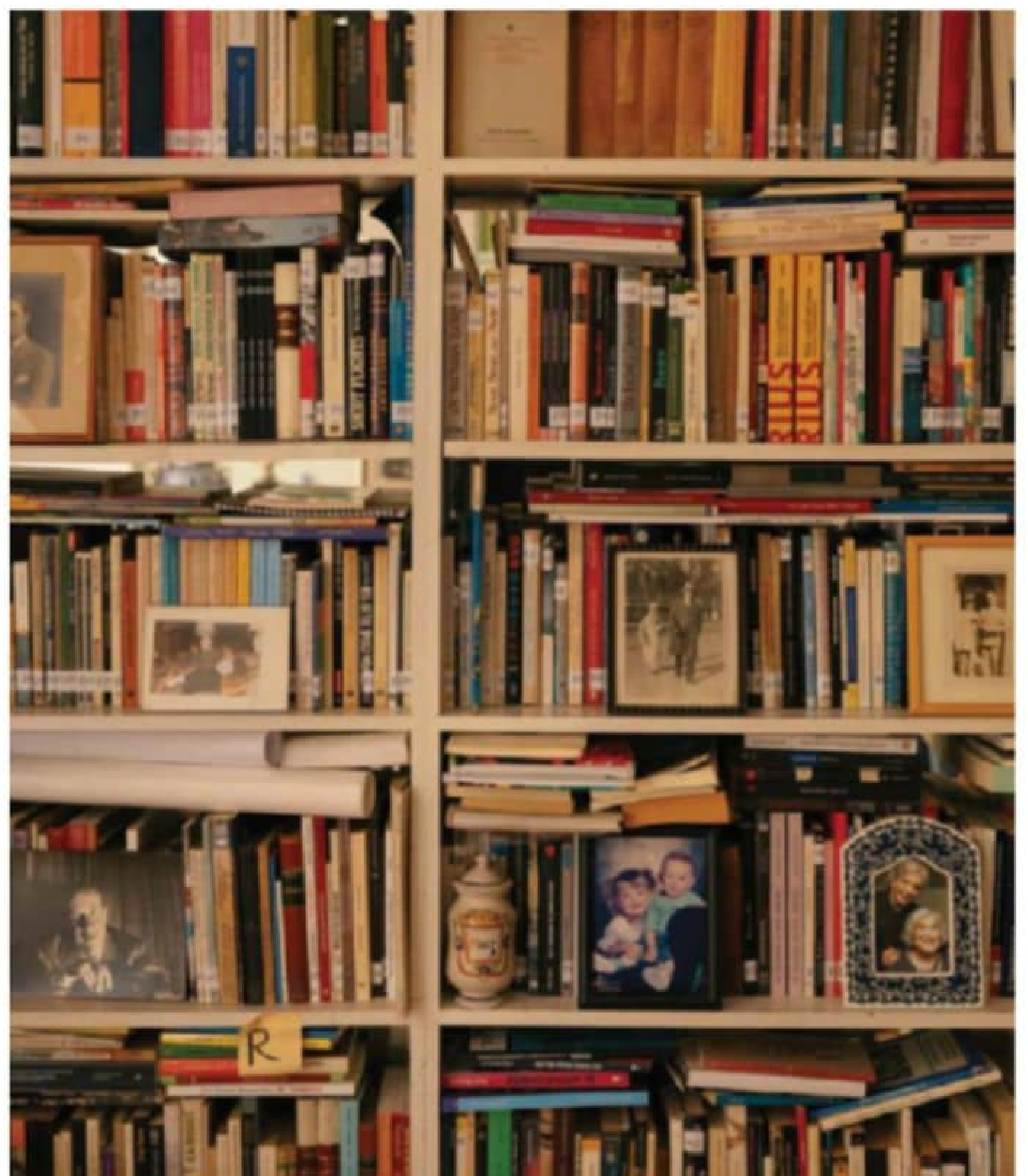
ESCRITORA

El arte de preguntar

Una niña se asoma a la ventana: la densa lluvia cubre la Rue Berton. Cuando Hélène y su hermana Kitzia bajan al Sena, las sobrecoge su caudal gris, pesado. A Hélène le aterra hacer mal las cosas y siempre está intentando trabajar mejor.

Elena Poniatowska Amor (París, Francia, 1932) hace memoria. A los 20 años escribió: “Dios ha hecho la naturaleza no solamente para verla, sino para que vivamos en ella, y cada quien tiene su ola”. Ella encontró su ola en México, a donde llegó hace más de ocho décadas. La joven aprendió el español en las cocinas, las azoteas y las calles, movida por la curiosidad de conocer vidas distintas a la suya. Fue así como, sin buscarlo, llegó al periodismo, un oficio que le ha permitido ejercer sus dos grandes talentos: preguntar y escribir. Su pluma se ha aventurado en la crónica, la entrevista, la poesía, el cuento y la novela, y ha merecido el reconocimiento de millones de lectores en todo el mundo hispano.

Apacible y carismática, Elena sonríe con todo el rostro. Todos los días hace justicia a su segundo apellido: se declara impedida para el odio –con contadas excepciones– y constantemente deposita su amor en su trabajo, en sus recuerdos, sus amigos, sus hijos y sus diez nietos. Cada pared de su casa es un librero. El lugar, al igual que ella, se llena de luz cada vez que recibe visitas.



Graciela Iturbide,

FOTÓGRAFA

La inagotable existencia

La vida está llena de misterios. Los astros se alinean, la luz se amansa, el lente recoge astillas de segundo. Nace una fotografía. Henri Cartier-Bresson lo llamó instante decisivo. Para Graciela Iturbide Guerra (Ciudad de México, 1942), igual de decisivos son el laboratorio y sus rituales a la hora de revelar. Fotografía por sorpresa, con una mirada que interroga e interpreta. Como una cámara, este es un elaborado juego de espejos. Ver hacia fuera es verse a una misma. Documentar el mundo y sus transformaciones es buscarse –y encontrarse– cotidianamente.

Graciela es la mayor de 13 hermanos. Creció rodeada de obispos y arzobispos, ministros de una religión a la que hoy no pertenece, pero cuya influencia reconoce. Su fe está puesta en la inagotable existencia. Cree en la naturaleza, en la poesía, en la muerte dadora de vida y los senderos que regresan al lugar de su origen. Cree, sobre todo, en sí misma, en su voluntad, su intuición y sus ojos.

Iturbide elude las clasificaciones y reniega de etiquetas como “surrealismo” y “realismo mágico”. Ella ve la realidad como es: cruda e inasible, contundente y mística. Sabe, sin embargo, que para cada signo hay innumerables desciframientos. Se vuelve cómplice de las aves, dialoga con las plantas y los objetos, y conquista la amistad de las personas. Cámara en mano, camina a la caza de un atisbo, un deslumbramiento, y se deja conducir por una imagen todavía oculta que está esperando el momento de aparecer.



POETA DE
MOMENTOS
*La galardonada del
premio Premio
Princesa de
Asturias de las Artes
2025, la fotógrafa
Graciela Iturbide.*

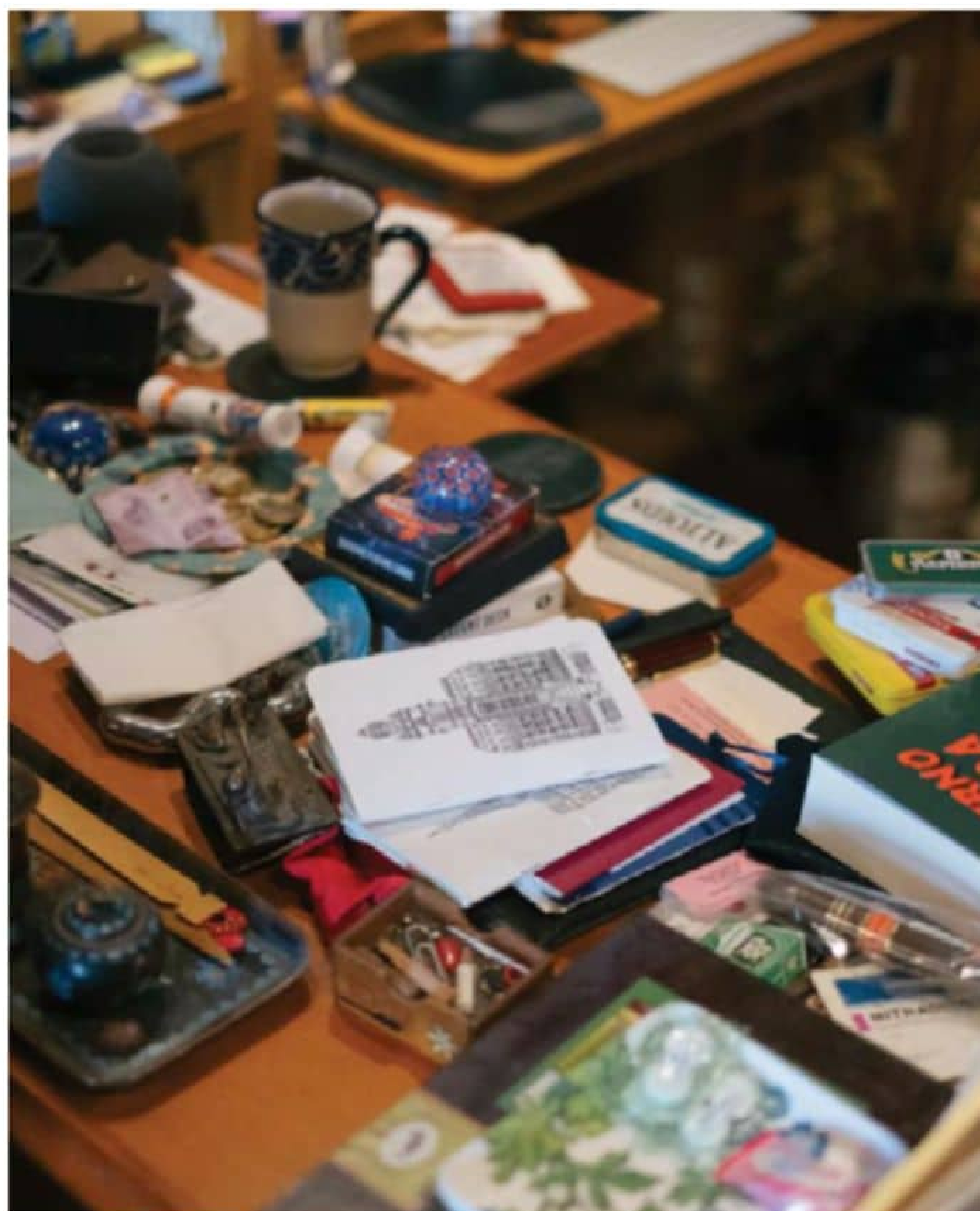




*HISTORIADOR
DE LA PANTALLA
Arturo Ripstein, el
cineasta, al interior de
su estudio que apoda
la telaraña.*

Arturo Ripstein,

CINEASTA



Rip en su telaraña

Un día de 1972 sonó el teléfono en casa de Fritz Lang: era un joven cineasta mexicano, amigo de Buñuel. Pidió conocerlo. El director, que un año más tarde estrenaría *El castillo de la pureza*, una de sus obras más célebres, pasó dos días en compañía de Lang. Al término de ellos pidió conocer la receta de su martini.

—Me la llevaré a la tumba —repuso el austriaco.

Hay muchas cosas que Arturo Ripstein y Rosen (Ciudad de México, 1943) se llevará a la tumba. En vida, ha hecho casi todo lo que ha querido. Para él, no tiene ningún senti-

do perseguir lo que no da placer. Desde el comienzo se propuso filmar y vivir para un solo público: él mismo. Así lo ha hecho a lo largo de seis décadas de trayectoria, cuatro de ellas acompañado de la guionista Paz Alicia Garciadiego.

A Arturo sus amistades le dicen “Rip”, y él llama “mi telaraña” a su estudio. En ningún sitio como en este puede poner en práctica el arte de coleccionar, de ordenar y de apreciar. Aquí dedica su tiempo al trabajo y la lectura, así como a los placeres cotidianos de la plática y la buena compañía. Cuando sale a la terraza, su vista atraviesa el Valle de México.

Lazo eterno

UN DIÁLOGO ATEMPORAL
DONDE LA
ARQUITECTURA ETERNA
DE ROMA SE ENTRELAZA
CON LA AUDACIA
CONTEMPORÁNEA DE
ECLETTICA, LA NUEVA
COLECCIÓN ALTA JOYERÍA
DE BVLGARI.

FOTÓGRAFO Diego Bendezu
REALIZACIÓN Valentina Collado

PERFIL
HISTÓRICO
La modelo
puertorriqueña
Joan Smalls luciendo
chaqueta, camisa y
minifalda, todo de
DIOR; pendientes y
anillos, todo de la
colección alta joyería
Eclettica,
de BVLGARI.





HERENCIA ÚNICA
Vestido de BOTTEGA
VENETA; zapatos de
KHAITE; pendientes,
collar y anillo, todo de la
colección alta joyería
Eclettica, de BVLGARI.
En página opuesta: look
de CHLOË; gargantilla
y brazaletes, todo de la
colección alta joyería
Eclettica, de BVLGARI.





JOYA DE
LA CORONA
Total look de SAINT
LAURENT BY
ANTHONY
VACCARELLO;
pendientes, collar
Monete y anillos,
todo de la colección
alta joyería Eclettica,
de BVLGARI. En
página opuesta:
chaqueta y pantalón,
ambos de
MCQUEEN;
gargantilla y anillos,
todo de la colección
alta joyería Eclettica,
de BVLGARI.
En este reportaje:
peinado, Patti Bussa;
maquillaje, Rocco
Santamorena;
asistentes de foto, Tony
Donato y Chiara
Rivas; asistente de
moda, Greta Ureli;
directora de casting,
Morgan Senesi;
modelo, Joan Smalls.





Atesorando un ícono

Este año se celebra el 130 aniversario del logotipo de Louis Vuitton: ese icónico diseño de las iniciales de su fundador sobre un motivo floral geométrico. Pero como demuestra este llamativo par de *Speedy Bandoulières* de las colecciones de hombre (arriba) y mujer (más arriba), LV conserva su edad con la misma ligereza –¡y brillo!– de siempre. Con la fotografía de DAVIT GIORGADZE.



CONDÉ NAST

MÉXICO Y LATINOAMÉRICA

comprometido con el
MEDIO AMBIENTE



**EMBOLSADO EN
PLÁSTICO OXO**
biodegradable en 5 años

**PAPEL
BIODEGRADABLE**
Galerie Fine del molino Sappi
con certificación EU Ecolabel
y certificación PEFCTM
en la cadena de custodia

VOGUE

GQ

AD

GLAMOUR

WIRED



Cartier

Aruba - Bahamas - Barbados - Bogotá - Ciudad de Panamá - Grand Cayman
Puerto Rico - República Dominicana - St. Barthelemy